

Министерство образования и науки Российской Федерации Федеральное
государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
«Российский государственный профессионально-педагогический университет»

*ТРАНСФОРМАЦИИ СОВРЕМЕННОЙ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ФРАЗЕОЛОГИИ (НА
ПРИМЕРЕ АНТИПАРЕМИЙ В МЕМАХ)*

Выпускная квалификационная работа
по направлению подготовки 44.03.01 Педагогическое образование профилю
подготовки «Образование в области иностранного языка (английского)»

Идентификационный код ВКР: 104

Екатеринбург 2018
Министерство образования и науки Российской Федерации Федеральное
государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
«Российский государственный профессионально-педагогический университет»
Институт психолого-педагогического образования
Кафедра германской филологии

К ЗАЩИТЕ ДОПУСКАЮ:
Зав. кафедрой ГФ
_____ Б.А. Ускова
« » _____ 2018 г.

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

ТРАНСФОРМАЦИИ СОВРЕМЕННОЙ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ФРАЗЕОЛОГИИ (НА ПРИМЕРЕ АНТИПАРЕМИЙ В МЕМАХ)

Исполнитель:
обучающаяся группы № ИА-404

Мусаева Д. Р.
(Ф.И.О.)

(подпись)

Руководитель:
профессор, доктор филологических наук

Шустрова Е. В.
(Ф.И.О.)

(подпись)

Нормоконтролер:
к.п.н., ст.преподаватель

Ветлугина Н.О.
(Ф.И.О.)

(подпись)

Екатеринбург 2018

Содержание Введение.....	Ошибка! Закладка не определена.
Глава 1. Теоретические основы исследования	7
1.1. Основные подходы к исследованию фразеологии.....	7
1.2. Основные подходы к трактовке терминов «пословица», «поговорка»,	11
«паремия»	11
1.3. Антипаремии как новое явление	19
1.4. Основные методы исследования фразеологии	26
1.5. Использование антипаремий в практике преподавания.....	30
Выводы к первой главе	33
Глава 2. Исследование тенденции английских паремий к трансформации	37
на примере мемов.....	37
2.1. Паремии о здоровье, цикличности времени, ответственности, силе слова.....	38
2.2. Паремии о положительных качествах человека	43
2.3. Паремии об отрицательных качествах человека	46
2.4. Паремии о своевременности.....	49
2.5. Паремии о доме	56
2.6. Паремии об истине	59
2.7. Паремии об оптимизме.....	62
2.8. Паремии о труде.....	67
2.9. Паремии об отношении к людям.....	71
2.10. Паремии об умении беречь то, что есть	77
Выводы по второй главе	80
Заключение.....	82
Библиографический список.....	84

Введение

Общение – сложный процесс взаимосвязи и взаимодействия людей, который служит для обмена опытом, информацией, навыками, а также для развития личности и общества в целом [Ильичёв, Ковалёв, Панов, Федосеев, 1983].

Чтобы сделать общение более интересным, а речь живой и насыщенной, люди часто прибегают к использованию устойчивых фраз, предложений, составляющих отдельный слой языка.

При помощи фразеологических (или паремиологических) единиц (пословиц, поговорок, и т. д.) можно не только придать эмоциональность своим высказываниям, но и наиболее точно и чётко описать/оценить ту или иную ситуацию. Изучение пословиц, поговорок даёт возможность познакомиться с национальным колоритом того или иного народа, ведь они обобщают социально-исторический опыт и хранят его на протяжении веков.

Исследованием пословиц и поговорок с точки зрения их роли в речи занимались, А. К. Аппоев, К. Г. Берсеньева, Л. Б. Кацюба и другие.

Но поскольку язык – система динамическая, то и все его элементы подвергаются изменениям. Подстраиваясь под эти изменения, фразеологические единицы трансформируются, приобретают новые формы (антипословица, антипаремия), которые можно использовать при описании новых ситуаций и явлений, характерных для данного периода развития общества.

В настоящий момент явление видоизменения пословиц/поговорок считается малоизученным, поэтому данная работа является **актуальной**.

Объектом нашего исследования являются антипаремиологические единицы английского языка.

Предметом исследования явились трансформации английских фразеологических единиц, которые чаще всего используются для создания графических мемов.

Целью данного исследования является выявление тенденции английских пословиц и поговорок к трансформации на примере мемов.

Чтобы достичь поставленной цели, необходимо решить ряд следующих **задач**:

- изучить особенности фразеологии как науки;
- изучить классификацию фразеологических единиц;
- рассмотреть различные подходы к трактовке терминов «пословица», «поговорка», «паремия»;
- изучить подходы к трактовке термина «антипаремия»;
- изучить способы трансформации паремий;
- изучить основные методы исследования фразеологии;
- рассмотреть использование антипаремий в практике преподавания;
- обусловить понятие «мем»;
- проанализировать трансформации паремий английского языка.

Методической базой нашего исследования явились работы таких авторов как Н. Н. Амосова, А. К. Аппоев, К. Г. Берсенева, А. Т. Ливоткина, В. Мидер, и др.

Среди **методов исследования**, использованных в данной работе, можно выделить следующие:

- описательно-аналитический;
- сплошная выборка; □ классификация.

Практическая значимость нашего исследования заключается в том, что его результаты могут быть использованы для дальнейшего изучения и систематизации

трансформированных пословиц английского языка, а также для написания научноисследовательских работ студентами.

Теоретическая значимость заключается в возможности дальнейших теоретических обобщений, а также в возможности дальнейшего применения полученных теоретических выводов на практике.

Научной новизной нашего исследования является то, что в нем представлен ряд частных наблюдений и выводов, сделанных в результате анализа конкретного материала, а также то, что данные выводы были применены к новому, малоизученному материалу – антипаремиям.

Апробация. Результаты исследования были доложены на X Международной научно-практической конференции «Актуальные проблемы лингвистики и методики» в 2018 году в г. Екатеринбурге.

Структура работы. Работа состоит из введения, двух глав, заключения и библиографического списка. Во **введении** обозначены объект и предмет исследования, а также его актуальность и научная новизна. В нём также отображены цели и задачи исследования, его практическая и теоретическая значимость. В **первой главе** рассмотрены общие теоретические вопросы. Во **второй главе** представлены и проанализированы результаты работы. В **заключении** подведены итоги проведённого исследования.

Глава 1. Теоретические основы исследования

Изучая языки, лингвисты пришли к выводу о том, что помимо огромного количества слов, язык обладает немалым запасом устойчивых фраз, предложений, которые можно объединить в отдельный уровень языка. Изучением данного уровня занимается фразеология.

1.1. Основные подходы к исследованию фразеологии

Фразеология как наука изучает особенности (стилистические, семантические, и т. д.) фразеологизмов того или иного языка, в их постоянном развитии и в определённый момент этого развития. Принято полагать, что в более узком смысле фразеология – совокупность фразеологических единиц изучаемого языка.

Стоит обратить внимание на то, что одни исследователи (И. В. Арнольд, Л. П. Смит, В. Н. Телия, Н. М. Шанский и др.) включают в состав фразеологии все устойчивые сочетания, другие (Н. Н. Амосова, А. В. Кунин, А. И. Смирницкий и др.) – только их определённые группы [Осипова, Романов, 2017: 372-375].

Предметом фразеологии могут являться как фразеологические единицы, так и любые устойчивые выражения с образным значением (пословицы, поговорки, крылатые слова, афоризмы и т. д.), а также различные описательные и аналитические обороты речи, сложные союзы и предлоги, составные термины.

В работах по лингвистике можно встретить такие синонимы «фразеологическим единицам», как:

- фразеологическое выражение;
- фразеологический оборот речи;
- устойчивое сочетание слов;
- устойчивая фраза;
- идиоматическое словосочетание;
- фразеологизм;
- идиома;
- идиоматизм;
- фразема [Ибрагимова, Мухаметшина, 2016: 134-140].

Среди главных принципов исследования фразеологии можно отметить:

- устойчивость фразеологических единиц;
- семантическая структура фразеологических единиц;
- происхождение фразеологических единиц и их основные функции;
- перевод фразеологических единиц; □ системность фразеологии.

Основоположником выделения фразеологии как науки считается Ш. Балли, который впервые систематизировал фразеологические единицы и вынес их в отдельную главу своей книги «Французская стилистика».

Изучая словосочетания, он выделил четыре их основных типа:

1. свободные (те, которые склонны распадаться после образования);
2. привычные (те, чьи компоненты допускают незначительные изменения);

3. фразеологические ряды (устойчивые сочетания, допускающие перегруппировку элементов. Здесь рядоположные понятия как бы образуют одно целое);

4. фразеологические единства (элементы которых утратили собственное значение и могут употребляться лишь для выражения одного целого понятия. Какие-либо изменения порядка компонентов недопустимы) [Амосова, 1963: 69].

В дальнейшем Ш. Балли выделил из приведённых только две основные группы сочетаний, различающихся по степени устойчивости:

- свободные сочетания (в которых компоненты наделены способностью свободно группироваться);
- фразеологические единства (компоненты которых могут употребляться лишь в определённых сочетаниях).

Два остальных типа – привычные сочетания и фразеологические ряды – Ш. Балли отнёс к промежуточному типу.

Исследования фразеологии на современном этапе могут быть разделены на два направления, поскольку фразеология может рассматриваться и как совокупность фразеологических единиц языка и как наука, изучающая их особенности.

1) С точки зрения первого направления фразеологизм рассматривается как словосочетание. Однако здесь объект исследования зависит от того, любое ли словосочетание называется фразеологизмом или лишь какие-то определённые виды сочетаний.

2) Второе же направление отрицает эквивалентность фразеологизма словосочетанию, а слово (с точки зрения существования его в языке как единства содержания и формы) не является здесь его компонентом [Ибрагимова, Мухаметшина, 2016: 134-140].

А. В. Кириллова в «Учебном пособии по лексикологии английского языка» пишет, что фразеологический фонд того или иного языка можно схематично изобразить в виде семантической структуры, ядро которой представлено фразеологическими единицами (фразеологическими сращениями (В. В. Виноградов) или идиомами (Н. Н. Амосова)), чьи компоненты утратили способность употребляться самостоятельно, независимо друг от друга. На периферии расположены фразеологические единицы, компоненты которых сохраняют своё прямое значение (фразеологические единства (В. В. Виноградов) или фразема (Н. Н. Амосова)).

В связи с этим, А. В. Кириллова, в отличие от Ш. Балли, выделяет три типа фразеологических единиц:

- фразеологические сочетания (обычно состоят из двух слов, одно из которых сохраняет своё прямое значение, а второе может употребляться как в переносном, так и в связанном с определённой группой сочетаний значении – *to break a promise, an agreement, a rule* – нарушить обещание, соглашение, правило);
- фразеологические единства (словосочетания, представляющие собой одно целое, значение которого чаще всего является переносным, а также напрямую зависит от значения его компонентов. Обычно такие единства обладают эмоциональной окраской – *as busy as a bee* – занятый как пчелка);
- фразеологические сращения (словосочетания, компоненты которых, когда существуют вне сращения, несут абсолютно другой смысл, то есть значение фразеологической единицы не зависит от значений её элементов – *a fishy story* – выдумка. Такие выражения чаще всего употребляются в разговорной речи) [Кириллова, 2016: 38-49].

Итак, учёные по-разному классифицируют фразеологические единицы, руководствуясь теми или иными принципами исследования фразеологии.

1.2. Основные подходы к трактовке терминов «пословица», «поговорка», «паремия»

Пословица, согласно «Лингвистическому энциклопедическому словарю», краткое, образное, устойчивое в речевом быту, ритмически и грамматически организованное изречение поучительного характера, в котором закреплён практический опыт народа, его взгляд на те или иные жизненные явления. Чаще всего пословица выступает в речи как самостоятельное суждение, имеющее двоякий смысл: прямой и переносный [Ярцева, 1990: 253].

Поскольку пословицы очень многофункциональны и с их помощью можно охарактеризовать практически любую сторону (сферу) жизни человека, подтвердить или опровергнуть какую-либо жизненную ситуацию, подобрать способ действия в ней (такие пословицы имеют вид побудительного предложения), они очень широко используются в речи.

Общепринятым считается мнение о том, что пословицы образовались из трех источников:

- 1) общие суждения, выводы из непосредственных наблюдений за жизнью, трудом и бытом народа;
- 2) фольклорные произведения;
- 3) литературные произведения, прошедшие процесс фольклоризации [Ладыженская, Михальская, 1998: 150].

В «Толковом словаре живого великорусского языка» пословица трактуется как «краткое изречение, поученье, более в виде притчи, иносказания, или в виде житейского приговора; пословица есть собь языка, народной речи, не сочиняется, а рождается сама; это ходячий ум народа; она сама о себе говорит: Пословица не даром молвится. Пословицы, ни обойти, ни объехать. Пословица несудима. Пословица всем делам порешница, все решает» [Даль, 1865].

Здесь пословица выступает как самостоятельное явление языка, собирающее в себе «ум народа», являющееся назидательным; это – своеобразная аксиома, которую «ни обойти, ни объехать».

Пословица является кратким, простым и довольно распространённым высказыванием (или фразой), в котором заключается общепризнанная истина, основанная на практическом опыте или же просто на здравом смысле. Причиной популярности пословиц служит использование их как в устной (разговорной) речи, так и в фольклоре.

В пословицах можно найти оценку той или иной ситуации, способ действия в ней (иногда основанный на предыдущем опыте), характеристику того или иного человека, явления, ситуации, а также отношения между людьми.

Одной из основных функций пословиц является обучить и научить народ, передать ему ценный опыт о том, в какие ситуации можно попасть, сделав то, или иное действие. Они имеют дидактическую направленность, потому что содержащаяся в них истина универсальна и понятна среднестатистическому человеку. Благодаря своей метафоричности и наличию переносного смысла, пословицы позволяют писателям «сглаживать» адресованную читателю мысль [Arewa, Dundes, 1964].

Пословица, утратившая со временем часть своего словесного выражения, может стать фразеологизмом.

Фразеологизм — лексически неделимое сочетание слов данного языка, значение которого никак не зависит от значения слов, его составляющих.

Как было отмечено выше, пословица представляет собой законченное суждение, коим не является поговорка.

Поговорка, согласно книге «Русские пословицы и поговорки», это краткое, устойчивое в речевом быту изречение поучительного характера, которое определяет то или иное жизненное явление, событие (образно) с точки зрения его эмоционально-экспрессивной оценки. Она, в отличие от пословицы, «получает окончательное оформление и конкретный смысл только в контексте», и является не полноценным суждением, а лишь его частью [Берсеньева, 2010: 14].

В. И. Даль писал в «Толковом словаре живого великорусского языка» о том, что поговорка — это слух, молва, речи, толки; это «складная, короткая речь, ходячая в народе, но не составляющая полной пословицы; поученье, в принятых, ходячих выраженьях; условный оборот речи, обычный способ выражаться». Поговорка может употребляться в речи «кстати и некстати» [Даль, 1865].

Определение «Словаря литературоведческих терминов» во многом совпадает с определением В. И. Даля, можно сделать лишь некоторые уточнения о том, что согласно «Словарю...» поговорка не несёт поучительного смысла (что противоречит определению из «Лингвистического энциклопедического словаря»), может быть частью пословицы, либо словосочетанием, придающим выразительность речи [Шабанова, 2008].

В «Большом энциклопедическом словаре» можно также найти слова о том, что поговорка «в отличие от пословицы лишена обобщающего поучительного смысла» [Прохоров, 1993: 764].

Это противоречие можно объяснить тем, что изучение поговорок затруднено отсутствием у них точного определения, авторов.

Пословицы и поговорки создаются таким образом, что их легко запомнить, они надолго оседают в памяти (рифма, ритмика, созвучия). Они не только поучают, учат, но и воспитывают.

Существуют также так называемые «пословично-поговорочные выражения», которые занимают как бы промежуточное положение между пословицами и поговорками.

Вообще, все пословицы и поговорки, в зависимости от степени смысловой мотивированности, можно разделить на четыре типа:

1. пословицы, которые употребляются лишь в переносном значении.

При этом смысл составляющих их слов никак не определяет смысл самих пословиц (например, выражение «лес рубят — щепки летят» значит, что в больших делах всегда есть вероятность ошибок, недочётов). Данный тип является основным, базовым. Толкование этого типа пословиц не допускает использования одних и тех же слов, что и в самих пословицах. 2. поговорки, не имеющие переносного значения. Слова, составляющие данный тип выражений несут свой обычный смысл, не теряя предметной соотнесённости. Такие поговорки нет необходимости толковать. (что имеем, не храним, потерявши, плачем.)

3. пословично-поговорочные выражения, сочетающие в себе слова (словосочетания) как с прямым, так и с переносным значением. Первые в толковании не нуждаются, поэтому дословно переходят в определение, вторые же толкуются (пьяному море по колено значит, что пьяному человеку всё нипочём).

4. пословично-поговорочные выражения, первая часть которых усиливает смысловое содержание второй. Толкуется в выражениях данного типа обычно только вторая часть. (выражение «ешь пирог с грибами, а язык держи за зубами» несёт в себе следующий смысл: не

говори ничего лишнего, помалкивай). Когда первая (смысловая) часть этого типа выражений употребляется в своём основном значении, всё выражение полностью перестаёт нуждаться в толковании (например, рыба ищет, где глубже, а человек – где лучше).

Помимо классификации, основанной на степени смысловой мотивированности, пословицы и поговорки могут быть классифицированы в соответствии с контекстом, в котором они употребляются:

1. собственно ситуативные поговорки (их значение понятно, однако, не всегда можно разобраться, в какой ситуации их употреблять, так как в разных обстоятельствах они толкуются по-разному: «гора с горой не сходится, а человек с человеком сойдется» можно употребить в случае неожиданной встречи, либо при расставании на продолжительный период)
2. контекстуальные пословицы и поговорки (обычно они представляют собой шаблонный ответ на вопрос и лишь редко содержат какие-либо жизненные обобщения: на нет и суда нет) [Берсенева, 2010].

Когда речь заходит о классификации пословиц и поговорок, наиболее удобной для читателя, учёные не могут остановиться на каком-то одном универсальном варианте. Каждый тип классификации (по алфавиту, по теме, по месту и времени происхождения и т. д.) имеет свои преимущества и недостатки.

Остановимся подробно на пяти основных типах классификации пословиц и поговорок (по алфавиту, по опорным словам, монографическая классификация, генетическая классификация, тематическая классификация).

- По алфавиту:

Пословицы и поговорки, классифицированные по данному принципу, располагаются в сборниках и словарях в соответствии с алфавитным порядком их начальных букв. У данного способа классифицировать пословицы есть минус, делающий его одним из самых неудобных – синонимичные пословицы, начинающиеся с разных букв, будут расположены в разных разделах словаря.

В сборниках, содержащих в себе переводы известных пословиц, наиболее нецелесообразно использовать данный метод классификации, поскольку каждый составитель переводит пословицы по-своему.

- По опорным словам
(лексическая/энциклопедическая классификация):

Пословицы и поговорки, классифицированные в соответствии с данным методом, располагаются в словарях/сборниках в зависимости от ключевых слов, их составляющих. Например, пословицу «An apple a day keeps the doctor away» можно отнести в разделы пословиц о фруктах, врачах (и других профессиях), а также о времени суток.

Данный способ удобен при быстром поиске пословиц, однако, как и предыдущий метод, он относит синонимичные пословицы, содержащие разные ключевые слова к разным разделам, а пословицы, разные по смыслу, но содержащие синонимичные ключевые слова – к одинаковым.

- Монографическая классификация:

Пословицы и поговорки, классифицированные по данному методу, располагаются в сборниках и словарях в соответствии с автором-составителем и временем их собирания.

Данный способ удобен в том случае, если нужно изучить фразеологический фонд того или иного языка в его историческом развитии. Однако, здесь, как и в двух предыдущих случаях, синонимичные пословицы могут располагаться в разных разделах.

- Генетическая классификация:

Пословицы и поговорки, классифицированные по данному принципу, располагаются в сборниках и словарях в соответствии с языком и народом, которым они придуманы.

Данная классификация имеет те же недостатки, что и предыдущие.

- Тематическая классификация:

Пословицы и поговорки, классифицированные по данному принципу, располагаются в сборниках и словарях в соответствии с их содержанием. Здесь нет такого недостатка, как в предыдущих типах классификации, поскольку пословицы группируются здесь именно по смыслу. Однако, трудности могут возникнуть с распределением пословиц, употребляющихся в переносном значении. Также некоторые пословицы/поговорки можно отнести сразу к нескольким группам. Помимо этого, разные составители по-разному определяют смысл высказываний, что не может не сказываться на их группировании [Куанышбекова, 2013].

Первые собрания пословиц и поговорок (их составители) придерживаются принципа классификации по алфавиту. Однако самым популярным является распределение их по идейно-тематическим группам. Но здесь есть небольшой недостаток: в разных сборниках одна и та же пословица может оказаться в совершенно различных разделах. Дело в том, что данный метод очень субъективен, но, тем не менее, к нему прибегают чаще всего, выделяя следующие идейнотематические группы:

- деньги (Money talks);
- черты людей, перенесённые на животных (As sly as a fox);
- здоровье (In a healthy body, a healthy spirit);
- библейские пословицы (Faith will move mountains);
- погода (After clouds comes clear weather);
- время (Time heals all wounds);
- отношение к труду (Labour has a bitter root, but a sweet taste); □ черты характера (Honesty is the best policy).

Согласно «Энциклопедическому словарю», паремиология (от греч. *Paroimia* – пословица и *logos* – слово, учение) – это раздел филологии, изучающий паремии – пословицы, поговорки, речения, изречения [Ильичёв, Федосеев, 1983].

Под термином «паремия» чаще всего понимаются афоризмы народного происхождения, в первую очередь пословицы и поговорки, которые образуют относительно самостоятельный пласт языковых выражений [Аппоев, 2012: 5-7].

Изначально, *паремией* назывался «читаемый в православной церкви во время богослужения отрывок из книги ветхого завета, содержащий пророчество или поучение» [Ефремова, 2000]. Позже, данное понятие начало употребляться и в филологии, обозначая устойчивую фразеологическую единицу, которая представляет собой целостное предложение дидактического содержания (в отличие от пословиц и поговорок, которые могут представлять собой словосочетания, фразы).

Согласно «Учебному словарю стилистических терминов», паремия – это народный речевой жанр малой формы, характеризующийся устойчивостью, клишированностью; родовое обозначение пословиц, поговорок, например, «Сказанное словцо – серебряное, не сказанное – золотое», «Конец – делу венец» [Лагута, 1999].

Л. Б. Кацюба в статье «Определение паремии (лингвистический аспект дефиниции)» привела несколько определений термину «паремия»:

- пословица; высказывание, суждение, относящееся к пословице;
- краткое образное устойчивое высказывание, синтаксически оформленное как простое или сложное предложение (или несколько предложений), отражающее обобщенную формально закрепленную ситуацию, излагающее важную истину, наставление, правила или принципы поведения, нравственные законы, сформулированные на основе жизненного опыта. Иногда может употребляться в переносном значении.

Также, согласно Л. Б. Кацюба, паремию можно определить как минимальный текст, который состоит из одного или нескольких предложений, имеющих определённую синтаксическую структуру [Кацюба, 2013: 65-67].

Несмотря на то, что существуют разные подходы к трактовке понятий «пословица», «поговорка», «паремия», общим у них является то, что все они используются для накопления и передачи опыта того или иного народа, а также для отражения национальной языковой картины мира.

1.3. Антипаремии как новое явление

Язык является динамической системой, а, следовательно, и все его элементы претерпевают различные изменения. Подстраиваясь под изменения языка, паремии приобретают новую форму, становясь антипаремиями. Происходит, как бы, наложение новой философии на старую, хранящуюся веками, мудрость.

Согласно некоторым источникам, В. Мидер, специалист по немецкой паремиологии, является одним из первых исследователей «трансформированных пословиц», который ввёл термин «антипословица» [Раадранириана, 2017: 976].

Феномен антипаремии (anti-proverb) определяется как трансформация привычной паремии с целью создания юмористического эффекта.

Дефиниция же В. Мидера строится на высказывании о том, что «антипословица» это пародия на пословицу, её «искривление», сочетающее в себе юмористическую или сатирическую игру слов и мудрость традиционной пословицы. Кроме того, В. Мидер отмечает, что антипословицы по своей структуре повторяют пословицы, изменяются лишь отдельные слова. В других

случаях основной смысл пословицы ставится под вопрос посредством прибавления к ней противоположной по значению фразы, начинающейся с союза «но». Это противопоставление и делает полученную игру слов такой эффективной.

Существование антипословиц ещё раз демонстрирует то, что структура и формы выражения пословиц не являются непоколебимыми, поэтому употребление антипословиц всегда было и будет частью употребления пословиц, как письменно, так и устно.

В своей книге В. Мидер приводит пример трансформации пословицы «A fool and his money are soon parted» (пер.: у дурака деньги долго не держатся):

«A fool and his father's money are soon parted»

«A fool and his money are soon popular»

«A fool and his money stabilize the economy»

«A fool and his wife are soon parted»

«A married man and his money are soon parted»

«A widow and her money are soon courted»

«If a fool and his money are soon parted, why are there so many rich fools? »

«There was a time when a fool and his money were soon parted, but now it happens to everybody» [Mieder, 2004: 28].

А. Т. Ливоткина, как и В. Мидер, отмечает, что пословицы никогда не считались неприкосновенными; наоборот, они часто использовались в качестве сатирических, иронических или юмористических комментариев в той или иной ситуации.

Пословицы бесконечно подвергаются трансформациям, и в настоящее время последних стало так много, что зачастую они употребляются даже чаще, чем оригинал.

В английском языке у антипословиц (anti-proverb) существует множество синонимов: alterations, mutations, parodies, transformations, variations, wisecracks, deliberate proverb innovations, fractured proverbs (в русском языке это трансформа, пословичная «переделка», приколы).

Некоторые анти-пословицы ставят под вопрос истинность пословицы, используя антонимы (An exception *proves* the rule – An exception *disproves* the rule), трансформацию в противоположную по смыслу фразу (A friend *in need* is a friend indeed – A friend that *isn't in need* is a friend indeed), постановку вопроса после основной пословицы (Still waters run deep – Still waters run deep, *but how can they run if they are still?*). Чаще всего антипословицы создаются для тех случаев, где традиционная пословица не может полностью описать ситуацию [Litovkina, Mieder, 2002: 326-327].

Образование антипословиц, пишет А. Т. Ливоткина, происходит по одному из нижеприведённых механизмов:

- замещение одного слова;
- замещение двух и более слов;
- изменение второй части пословицы;
- добавление дополнительной концовки;
- добавление буквального толкования;
- игра слов;
- повторение слов;
- объединение двух пословиц;
- перемена порядка слов [Litovkina, Mieder, 2002: 332-333].

Самыми популярными являются модификации, где смысл всей пословицы меняется вследствие замены одного единственного слова, которое

обычно фонологически сходно со словом оригинала (*Matrimony is the root of all evil – Money is the root of all evil*).

Особый интерес среди учёных также представляют трансформации с заменой, добавлением, либо исключением буквы из любого слова исходной пословицы (*A good beginning is half the battle – A good beginning is half the bottle*).

Механизм трансформации посредством замены двух и более слов (которая наблюдается в пословицах с бинарной структурой) можно описать формулой на примере пословицы «*An apple a day keeps the doctor away*» – *An X a day keeps the Y away*. Вместо X и Y здесь могут выступать любые необходимые в той или иной ситуации слова (*A laugh a day keeps the psychiatrist away; An effort a day keeps failure away*) [Там же: 333].

Модификация пословиц посредством добавления концовки без изменения оригинала также популярна (такие пословицы, согласно Э. Эзар носят название «расширенных» [Esar, 1952: 201]. (*Half the world doesn't know how the other half lives – Half the world doesn't know how the other half lives, but it has its suspicions*).

Говоря о преобразовании пословиц, нельзя упускать из виду такую технику как создание игры слов. Она достигается путём использования многозначных слов, либо слов, являющихся омонимами. Таким образом, эффект комичности создаётся благодаря неожиданным связям между словами и значениями (*Figures don't lie (lie – лгать) – Figures don't lie (lie – лежать) – except on the beach*).

Некоторые антипословицы приобретают комический эффект благодаря контрасту безобидного смысла исходной фразы и использованных в них неприличных (простонародных, запретных) слов, нередко имеющих сексуальный подтекст.

Комбинирование двух пословиц – не менее популярный метод их трансформации. В большинстве случаев объединяются первая часть одной пословицы и вторая часть второй, без каких-либо изменений (*A penny saved is a penny earned* + *A rolling stone gathers no moss* = *A penny saved gathers no moss*).

Изменение порядка слов – следующий механизм трансформации пословиц, которому также нужно уделить внимание. Он является одним из наиболее часто употребляемых (*Money can't buy happiness – Happiness can't buy money*).

Чаще всего структура исходной пословицы сохраняется и в её модификации, но есть случаи, когда сохраняется буквально несколько слов (*Silence is golden – The only golden thing that some women dislike is silence*).

Какой бы механизм трансформации пословиц ни использовался, понять антипословицу сможет лишь человек, знакомый с основным корпусом пословиц языка, а также со множеством значений использованных в антипословицах слов.

Немаловажным является также тот факт, что антипословицы, как и пословицы, могут иметь педагогическое значение [Litovkina, Mieder, 2002: 332338].

М. Мак Койнниг среди способов образования антипословиц выделяет изменение одного элемента пословицы (существительного, прилагательного, глагола и т. д.) на другой из той же грамматической категории. Это может быть и омоним, и омофон, но чаще всего – это слово, которое фонологически напоминает оригинал (*Here today, gone tomorrow – Hair today, gone tomorrow*).

Нередко трансформация пословицы с целью создать игру слов, затрагивает только одну букву, заменяя её (*The pen is mightier than the sword – The pun is mightier than the sword*), добавляя новую (*Strike while the iron is hot – Strike while*

the *irony* is hot), либо заменяя целое слово (Great *acorns* from little *acorns* grow – Great *aches* from little *corns* grow).

Важным является то, что во всех приведённых примерах синтаксическая структура остаётся неизменной [Mac Coinnigh, 2014: 121].

Ещё одна дефиниция антипословиц приведена в «Словаре современных пословиц», которая определяет их как иносказание, пародию, искажение, неверное употребление известной пословицы, обычно для создания юмористического или сатирического эффекта, который может быть достигнут лишь когда трансформации подвергается хорошо известная пословица [Doyle, Mieder, Shapiro, 2012: 11].

Согласно статье «Представление феномена антипаремии в русском, французском и малагасийском языках», антипословицы могут создаваться для следующих целей:

1. привлечь внимание читателя/слушателя;
2. дать оценку/выразить своё отношение;
3. создать индивидуальный авторский стиль;
4. повысить экспрессивность/эмоциональность речи;
5. создать юмористический эффект (в таком случае антипаремию ещё называют минипародией).

Из приведённых выше целей можно вывести основные функции антипословиц:

негативно-коммуникативная (поскольку антипословица выступает в качестве пародии, иронии); социальная (антипословицы всё чаще используются в рекламах, в новостях); лингвистическая (антипословица — явление языковое);

экспрессивная (антипословица придаёт экспрессивность речи, текстам) [Раадранириана, 2017: 977].

Среди способов трансформации пословиц автор статьи называет следующие:

□ добавление элементов (расширение пословиц) – здесь происходит усиление иронического (юмористического) эффекта. Нередко данный механизм также сопровождается изменением синтаксической структуры предложения;

□ замена одного или нескольких элементов пословицы – это позволяет выражать народную мудрость в новой ситуации;

□ исключение элемента пословицы – здесь часть пословицы отсекается (остаются лишь основные элементы) с целью интерпретации пословицы в более простом ключе;

□ создание фразеологически насыщенного контекста – происходит это путём смешивания двух и более пословиц, которые являются смысловыми синонимами; данный механизм комбинирует в себе добавление и исключение элементов пословицы (вторая часть одной пословицы отсекается, на её место встаёт часть второй пословицы, в зависимости от контекста). Благодаря данному механизму создаётся необходимый эмоциональный эффект (для определённой ситуации);

□ изменение порядка слов – здесь достигается комичная, ироничная, и даже уничижительная оценка ситуации. С другой стороны, в некоторых ситуациях антипословица, построенная по данному типу, более подходит к ситуации, чем оригинальная пословица [Раадранириана, 2017: 977-980].

Некоторые поэты создают антипословицы, прибегая к комбинированию частей различных пословиц при названии своих произведений, добавляя тем самым выразительности работам.

Когда речь заходит о тематической классификации антипословиц, едва ли можно назвать сферу, к которой они не относятся.

Среди самых распространённых идейно-тематических групп можно отметить следующие:

- женщины;
- профессии (и человеческая деятельность в общем);
- деньги;
- любовь;
- брак;
- развод;
- дружба;
- образование;
- алкоголь и наркотики;
- дети и родители;
- бог и религия;
- телефон;
- машины и компьютеры [Litovkina, Mieder, 2002: 338-340].

Итак, учёные предлагают различные способы образования, классификации и функционирования антипаремий, несмотря на то, что это явление ещё полностью не изучено.

1.4. Основные методы исследования фразеологии

Как и любая другая наука, фразеология имеет свои методы исследования.

Первым предложенным методом исследования фразеологических единиц явился контекстологический метод, автором которого стала Н. Н. Амосова [Амосова, 1961: 71-72].

Среди его основных принципов можно выделить следующие:

- объективность;
- учёт специфики языка;
- учёт употребления фразеологизмов в речи;
- учёт лексических значений компонентов словосочетаний;
- учёт степени устойчивости состава и структуры словосочетания;
- учёт контекстуального взаимодействия слов в их сочетаниях.

Опираясь на метод, предложенный Н. Н. Амосовой, В. Л. Архангельский выдвинул новый метод исследования фразеологических единиц – вариационный, главными принципами которого являются:

- синтез положений традиционного языкознания и методов структурной лингвистики;
- изучение особенностей элементов фразеологических единиц, которые могут быть как постоянными, так и переменными;
- изучение трансформаций фразеологических единиц, которые наблюдаются в процессе использования их в речи;
- отнесение значения фразеологического значения к особой лингвистической категории [Архангельский, 1964].

На современном этапе фразеология оперирует тремя основными методами исследования:

- 1) компликативный метод;
- 2) структурно-типологический метод;
- 3) метод фразеологического анализа (который включает в себя метод фразеологической идентификации и метод фразеологического описания)

Первый в данном списке метод был разработан С. Г. Гавриным. Он заключается в том, что фразеологические единицы – это словосочетания, которые осложнены семантически и функционально (компликативны).

К принципам, составляющим компликативный метод, относятся:

- раскрытие особенностей фразеологических единиц через выявление их основных и дополнительных (компликативизирующих) функций, то есть через исследование их семантической структуры;
- выявление фразеологического состава путём разграничения устойчивых и неустойчивых компликативных сочетаний, которые различаются степенью устойчивости и употребительности;
- изучение семантических и функциональных особенностей (с выявлением их взаимосвязи) фразеологических единиц, их связь непосредственно с речевой функцией;
- изучение компликативных качеств фразеологизмов относительно их взаимосвязи (которая делает возможным системное описание фразеологии в функционально-семантическом аспекте)

[Гаврин, 1974: 21].

Основоположником следующего метода (а именно, структурно-типологического) является Д.О. Добровольский. Этот метод заключается в изучении внутренней организации системы фразеологического фонда того или иного языка, независимо от экстралингвистических факторов [Кунин, 1996: 16-19].

Метод фразеологического анализа используется для того, чтобы определить, является ли исследуемое словосочетание частью фразеологии.

Данный метод предусматривает выполнение следующих процедур:

- с помощью словарных статей, а также контекста необходимо определить наличие у элементов словосочетания нового значения;
- при помощи «наложения» значения фразеологической единицы на значения её элементов определить семантическую устойчивость этих единиц;
- иногда элемент фразеологической единицы входит в состав её толкования в своём буквальном смысле (частичное переосмысление);
- при помощи анализа взаимодействия фразеологических единиц со знаменательными словами, можно выделить такие группы фразеологических единиц, как адverbиальные, субстантивные, глагольные и другие фразеологизмы;
- при помощи анализа устойчивости (константности/вариантности) фразеологических единиц выявить виды зависимости их элементов (константная зависимость, константовариантная зависимость, трансформационная зависимость и другие);

- при помощи грамматического анализа выявить структуру фразеологических единиц [Добровольский, 1990].

Опираясь на опосредованность, многоплановость и аппроксимативность сопоставительного анализа фразеологических единиц, можно выделить следующие типологические признаки фразеологии:

- структура фразеологических единиц;
- характер лексического состава фразеологических единиц;
- характер морфологического оформления элементов фразеологических единиц;
- тип зависимости элементов фразеологических единиц;
- степень устойчивости фразеологических единиц;
- соотношение значения фразеологических единиц со значениями их элементов;
- тип смыслового замещения фразеологических единиц;
- уровень фразеологической абстракции [Федуленкова, 2012].

Итак, фразеология оперирует тремя основными методами исследования (компликативный метод, структурно-типологический метод, метод фразеологического анализа), которые определяют ту или иную типологию фразеологических единиц.

1.5. Использование антипаремий в практике преподавания

Пословицы и поговорки того или иного языка содержат в себе обобщение человеческого опыта, а также оценку многих жизненных ситуаций. В связи с этим, они могут использоваться в обучении иностранному языку.

Их можно использовать на различных этапах обучения, ведь они могут быть применимы абсолютно к любой сфере жизни, а также пословицы и поговорки можно использовать для иллюстрации своих мыслей. Они могут применяться не только на уроках, но и во внеклассной работе (конкурсах, викторинах) [Ярмиева, 2015: 25].

Применение пословиц и поговорок в практике преподавания иностранных языков может служить для овладения страноведческими знаниями, особенностями функционирования данного языка, а также его лексическим запасом.

Поскольку изучение языка напрямую зависит от этапа его развития, и язык как динамическая система постоянно изменяется, трансформируется, необходимо изучать все его элементы. Поэтому важным является изучение не только пословиц и поговорок, но и их модификаций. Это позволит преподавать язык в условиях реального общения, а также внести в этот процесс элемент игры.

Антипаремии надолго остаются в памяти, поскольку запоминание их облегчается не только разными созвучиями, рифмами, ритмикой, как при работе с пословицами и поговорками, но и юмористическим эффектом, который зачастую в них присутствует.

Трансформированные пословицы, в отличие от их прототипов, лучше использовать не на всех этапах обучения языку, а только на средних и старших,

поскольку понять их смысл можно, лишь достаточно изучив пословичнопоговорочный фонд преподаваемого языка.

Заучивание пословиц и поговорок может быть облегчено благодаря их модификациям, которые сделают этот процесс более ярким, живым и интересным, особенно принимая во внимание тот факт, что зачастую они выражены в изображениях.

Проверить изученность пословиц и поговорок можно также прибегнув к их трансформациям, например, предложив ученикам ряд антипословиц, в которых нужно найти заменённый (удалённый, перемещённый, дополнительный) элемент и заменить его на исходный вариант. Данное упражнение также позволит научить делить предложения на синтагмы, правильно расставлять логическое ударение и т. п.

Трансформированные пословицы, как и их прототипы, могут быть использованы для обучения грамматике иностранного языка в силу того, что с их помощью можно реализовать изучаемые формы/конструкции в речи, а также наиболее понятно выразить свои мысли. Например, с их помощью можно проиллюстрировать повелительное наклонение глаголов («If it ain't broke *don't break it*», «*Don't bite the hand that feeds you. There's barely any meat on it. Go for the thighs*», и т. д.), сравнительные степени прилагательных («He who laughs last has *the last* laugh», «He who laughs last thinks *slowest*»), модальные глаголы (People who live in glass houses, *shouldn't* throw stones, at their architect), страдательный залог (Rome *wasn't built* in a day, except in Lego Land), придаточные условные предложения (*If* at first you don't succeed, quit, quit at once), контекстные синонимы/антонимы (There is no place like *rehab/127. 0. 0. 1 /work/ Home Plate*) [Ахметзянова, 2015: 510-512].

Все приведённые грамматические явления могут быть проиллюстрированы и с помощью классических пословиц/поговорок, однако более ярко это можно сделать именно при помощи антипаремий.

Для совершенствования произносительных навыков (то есть способности соединять звуки в слоги, слова, ритмические группы), которые нуждаются в регулярной поддержке [Азимов, Щукин, 2009: 228], а также для стимуляции речевой деятельности учащихся, можно предложить им оценить заданную ситуацию при помощи антипаремий. Так они смогут продемонстрировать изученные способы употребления их в речи, поскольку каждую антипословицу можно интерпретировать по-разному. Это, в свою очередь, позволяет развить творческую инициативу учащихся.

Как знание пословиц и поговорок, так и знание их модификаций обогащает словарный запас учеников, помогает им в усвоении образного строя языка, развивает память (поскольку в образных фразах/предложениях, содержащих законченную мысль, новые лексические единицы запоминаются лучше)

[Воскресенская, 2016: 53-54].

Чем интереснее будут антипословицы и антипоговорки, используемые для формирования и совершенствования языковых навыков, тем больше ученики будут мотивированы в обучении и тем интереснее будут занятия.

Выводы к первой главе

Изучив явление трансформации пословиц английского языка (описанное в первой главе), мы сделали следующие выводы:

1) Фразеология в широком смысле изучает стилистические и семантические особенности фразеологизмов того или иного языка (в их развитии/в определённый момент этого развития); в узком смысле – совокупность фразеологических единиц изучаемого языка.

Основоположником выделения фразеологии как науки считается Ш. Балли.

Предметом фразеологии могут выступать как фразеологические единицы, так и любые устойчивые выражения с образным значением.

Исследованием фразеологии занимались такие учёные как Н. Н. Амосова, И. В. Арнольд, А. В. Кунин, А. И. Смирницкий, Л. П. Смит, В. Н. Телия, Н. М. Шанский и др.

На современном этапе выделяют два направления исследования фразеологии: с точки зрения первого, фразеологизм признаётся эквивалентным словосочетанию, с точки зрения второго – эта эквивалентность отрицается. В зависимости от направления, фразеологизмы могут разделяться на две (свободные сочетания и фразеологические единства), три (фразеологические сочетания, фразеологические единства и фразеологические сращения) или четыре (свободные сочетания, привычные сочетания, фразеологические ряды и фразеологические единства) группы. Фразеологизмы, составляющие данные группы, характеризуются степенью устойчивости их компонентов.

2) Пословицей называется краткое, образное, ритмически и грамматически организованное высказывание дидактического характера, которое хранит в себе опыт народа, его взгляд на те или иные жизненные явления.

Принято считать, что пословицы образовались из трёх источников – общие суждения, выводы из непосредственных наблюдений за жизнью, трудом и бытом народа; фольклорные произведения; литературные произведения, прошедшие процесс фольклоризации.

Поговорка, в отличие от пословицы, служит только для эмоциональноэкспрессивной оценки какого-либо события, она не имеет поучительного характера, а также является не полноценным суждением, а лишь его частью.

Пословицы и поговорки, в зависимости от степени смысловой мотивированности, можно разделить на четыре типа: пословицы, которые употребляются лишь в переносном значении; поговорки, не имеющие переносного значения; пословично-поговорочные выражения, сочетающие в себе слова (словосочетания) как с прямым, так и с переносным значением; пословично-поговорочные выражения, первая часть которых усиливает смысловое содержание второй.

Для более удобного расположения пословиц и поговорок в сборниках их составители используют следующие классификации: по алфавиту, по опорным словам, монографическая классификация, генетическая классификация, тематическая классификация.

3) Антипаремия – относительно новое явление в лингвистике, которое является трансформацией привычной паремии с целью создания юмористического эффекта.

В. Мидер является одним из первых исследователей «трансформированных пословиц», который ввёл термин «антипословица».

Среди основных способов образования антипословиц можно выделить следующие: замещение одного слова, изменение второй части пословицы, добавление дополнительной концовки, объединение двух пословиц и др.

Ниже приведены цели создания антипословиц:

- привлечь внимание читателя/слушателя;
- дать оценку/выразить своё отношение;
- создать индивидуальный авторский стиль;
- повысить экспрессивность/эмоциональность речи; □ создать юмористический эффект.

На основе представленных целей можно вывести основные функции антипословиц: негативно-коммуникативная; социальная; лингвистическая; экспрессивная.

4) Основоположником выделения методов исследования (а именно контекстологического метода) фразеологии является Н. Н. Амосова.

В дальнейшем этим вопросом занимались такие учёные как В. Л. Архангельский, С. Г. Гаврин, Д. О. Добровольский, А. В. Кунин и др. Они разработали вариационный метод, а также ряд методов, которыми фразеология пользуется на данном этапе:

- компликативный метод;
- структурно-типологический метод;
- метод фразеологического анализа (который, в свою очередь, подразделяется на метод фразеологической идентификации и метод фразеологического описания).

5) Использование антипаремий в процессе обучения иностранному языку позволит преподавать язык в условиях реального общения, а также внести в этот процесс элемент игры.

С помощью трансформированных пословиц и поговорок можно проиллюстрировать такие грамматические явления как повелительное наклонение глаголов, сравнительные степени прилагательных, модальные

глаголы, страдательный залог, придаточные условные предложения, контекстные синонимы/антонимы и т. п.

Использование антипаремий в обучении английскому языку не только помогает ученикам усвоить образный строй языка, развить память, творческую инициативу, но и повышает их интерес к учёбе.

Глава 2. Исследование тенденции английских паремий к трансформации на примере мемов

В данной главе будут рассмотрены наиболее часто употребляемые для создания мемов трансформации паремий английского языка.

Согласно «Учебному словарю терминов рекламы и паблик рилейшенз», мем – это единица культурного смысла, распространяемая от одного человека к другому человеку, от одной культуры к другой культуре. Этот термин используется его автором (Р. Докинзом) для обозначения процессов запечатления и хранения тех или иных элементов культуры. Поскольку мем – это единица информационная, то он может быть *представлен напеваемой изо дня в день мелодией, вспомнившимся вдруг изображением, шуткой, названием торгового бренда* и др. Мысль или идея, возникшие в голове – это тоже мемы, привязанные к тем или иным событиям, воспоминаниям.

На сегодняшний день мемы получили широкое распространение в такой социокультурной среде, как интернет. Люди обмениваются мемами друг с другом с целью развлечься, передать информацию, спровоцировать, в некоторых случаях даже оскорбить. Чаще всего интернет-мемы «размножаются» в чатах, блогах, форумах и т. д.

Антипаремии, представленные ниже, собраны на основе мемов.

2.1. Паремии о здоровье, цикличности времени, ответственности, силе слова

В данном параграфе будут описаны трансформации паремий о здоровье, цикличности времени, а также об ответственности за начатое дело и о превосходстве слова над силой.

1. An apple a day keeps the doctor away.

Некоторые модификации данной паремии носят спорный характер, поскольку элемент «apple» (действительно полезный для здоровья фрукт) заменён (с сохранением основного смысла пословицы) названиями не совсем полезных, и даже вредных продуктов:

A glass of wine a day keeps the doctor away (Рис. 1, Приложение).

A burger a day keeps the doctor away (Рис. 2, Приложение).

A beer a day keeps the doctor away (Рис. 3, Приложение).

Благодаря этому противопоставлению и достигается юмористический эффект.

Замена одного элемента паремии («apple») происходит и в следующих трансформациях:

90-a-day keeps the doctor away (Рис. 4, Приложение).

A poet a day keeps the doctor away (Рис. 5, Приложение).

A clove (of garlic) a day keeps the doctor away, однако, здесь не происходит противопоставления, поскольку чеснок также является полезным для здоровья (физического), а стихотворения (элемент «роет») ещё и для духовного.

Одна из антипословиц («**90-a-day keeps the doctor away**») содержит в себе элемент, рекламой которого она и является. «90 Essential Nutrients», как и другая

продукция компании «Youngevity», представляет собой комплекс полезных веществ (витаминов, минералов), для поддержки и восстановления здоровья.

Следующие антипаремии образованы добавлением к ним концовки:

An apple a day keeps the doctor away, but if the doctor is cute, forget the fruit (Рис. 6, Приложение).

An apple a day keeps the doctor away, especially if you aim for the head
(Рис.

7, Приложение).

Первая трансформация ставит под сомнение оригинальную паремию, сообщая читателю о том, что полезным фруктом можно пренебречь, если доктор окажется привлекательным, благодаря этому и достигается юмористический эффект.

Второй вариант, напротив, предлагает использовать яблоко в качестве предмета, который можно бросить в голову. При этом фраза «...keeps the doctor away» воспринимается буквально, благодаря чему антипаремия становится комичной.

2. History repeats itself.

Среди модификаций данной паремии можно выделить следующие:

History repeats itself. Historians repeat each other (Рис. 8, Приложение).

If history repeats itself, I am so getting a dinosaur (Рис. 9, Приложение).

History never repeats itself. Man always does (Рис. 10, Приложение).

History repeats itself, and that's one of the things that's wrong with history
(Рис. 11, Приложение).

If history is going to repeat itself I should think we can expect the same thing again (Рис. 12, Приложение).

Each time history repeats itself, the price goes up.

If history repeats itself, and the unexpected always happens, how incapable must Man be of learning from experience (Рис. 13, Приложение).

History repeats itself, has to, nobody listens (Рис. 14, Приложение).

Первая из приведённых антипаремий (**History repeats itself. Historians repeat each other**) образована при помощи добавления концовки, структура которой повторяет структуру оригинальной паремии. Эта концовка является как бы продолжением пословицы, её логическим выводом: история повторяется, соответственно историки, занимающиеся её изучением, повторяются тоже.

Следующая трансформация (**If history repeats itself, I am so getting a dinosaur**) имеет юмористический эффект, который достигается благодаря дополнительной концовке. Смысл пословицы здесь воспринимается слишком буквально, поэтому автор её модификации допускает тот факт, что он вновь станет динозавром.

Для достижения целостности текста, высказывание начинается со слова «If...».

Трансформация «**History never repeats itself. Man always does**», вопреки предыдущим антипаремиям, а также самой пословице, сообщает о том, что сама по себе история никогда не повторяется, это делают лишь люди.

Образована данная трансформация при помощи добавления концовки (которая является отдельным предложением), а также одного слова (never) в первую часть. Это слово в корне меняет смысл пословицы.

Модификация «**History repeats itself, and that's one of the things that's wrong with history**» не отрицает смысла оригинальной паремии, однако относит «способность» истории повторяться к одному из её недостатков. Механизм её образования – добавление концовки.

Следующая антипаремия (**If history is going to repeat itself, I should think we can expect the same thing again**) образована при помощи добавления к паремии своего рода буквального толкования. Также вторая часть может быть рассмотрена как логический вывод исходной пословицы: если история повторяется, то следует ожидать того, что пережитые события повторятся вновь. Трансформация **«Each time history repeats itself, the price goes up»** представляет собой предложение, содержащее в себе пословицу. Наиболее вероятно, что механизм образования данной трансформации — это добавление концовки, однако здесь присутствует и своего рода вводная фраза (each time...). Смысл её заключается в том, что каждый раз, когда те или иные события повторяются, цена их возрастает.

Следующая антипаремия (**If history repeats itself, and the unexpected always happens, how incapable must Man be of learning from experience**) имеет юмористический оттенок, приобретаемый благодаря новой концовке, в которой людям приписывается неспособность учиться на опыте.

В модификации **«History repeats itself, has to, nobody listens»** история олицетворяется, а фраза «to repeat itself» употребляется здесь уже в значении «говорить что-то несколько раз подряд» (ведь всё равно никто не слушает). Данную антипаремию можно рассматривать как иронию, а также её можно связать с вышеприведённой трансформацией (If history repeats itself, and the unexpected always happens, how incapable must Man be of learning from experience) по смыслу: поскольку люди не учатся на опыте уже произошедших событий, истории приходится повторяться вновь и вновь.

3. If you can't stand the heat, get out of the kitchen.

Трансформация данной паремии представляет собой небольшой монолог:

I told her, if you can't stand the heat, get out of the kitchen... great, now who's gonna make me a sandwich (Рис. 15, Приложение)...

Данная антипаремия имеет юмористический эффект благодаря тому, что паремия здесь трактуется буквально. Образована эта трансформация при помощи добавления концовки.

4. The pen is mightier than sword.

Все трансформации данной паремии образованы при помощи метода добавления дополнительной концовки:

The pen is mightier than the sword. However, a sword with a pen taped to the bottom of it is the mightiest of them all (Рис. 16, Приложение).

The pen is mightier than the sword... except in a sword fight, then definitely take the sword (Рис. 17, Приложение).

The pen is mightier than the sword, and considerably easier to write with (Рис. 18, Приложение).

The pen is mightier than the sword, but I prefer my laptop (Рис. 19, Приложение).

The pen is mightier than the sword if the sword is very short, and the pen is very sharp (Рис. 20, Приложение).

Though the pen is mightier than the sword, the sword speaks louder and stronger at any given moment (Рис. 21, Приложение).

Первая антипаремия в данном списке имеет юмористический эффект благодаря тому, что в ней сопоставляется могущество пера и меча, после чего делается вывод: если они сильны по отдельности, то перо, привязанное к мечу будет самым могущественным.

Вторая трансформация отрицает смысл исходной пословицы, сообщая о том, что перо, хоть и могущественнее меча, не сможет помочь в бою. Здесь перо и меч воспринимаются буквально, как предметы быта.

Третья антипаремия также буквально толкует понятие «pen», сообщая, что пером писать удобнее, чем мечом (поэтому перо могущественнее меча).

Благодаря этому достигается комический эффект.

Следующая трансформация имеет отношение к современным технологиям, поскольку в ней ноутбук (laptop) признаётся более удобным, чем перо, а, следовательно, ноутбук становится могущественнее меча. Это и делает антипаремию юмористической.

Далее представлена трансформация, в которой снова перо и меч трактуются буквально, благодаря чему достигается юмористический эффект. Автор также добавляет, что можно усилить могущество пера, заострив его и укоротив меч.

Последняя антипаремия противопоставлена по смыслу исходной паремии, поскольку меч в ней признаётся более сильным в любой заданной ситуации.

Данная антипаремия также шутливая.

2.2. Паремии о положительных качествах человека

В данном параграфе будут представлены трансформации паремий о таких положительных качествах человека, как честность, умение любить, умение не говорить лишнего.

1. Honesty is the best policy.

Honesty is the best policy – *unless, of course, you are dealing with your wife*

(Рис. 22, Приложение).

Honesty is the best policy. *Unless you want people to like you* (Рис. 23,

Приложение).

В данных антипословицах истинность оригинальной поговорки ставится под сомнение посредством использования союза *unless*. В первом случае подразумевается, что иногда, ради спокойной семейной жизни, стоит умолчать о каких-то моментах, которые могут её разрушить. Вторая антипоговорка построена на стереотипе о том, что чтобы понравиться людям, нужно немного превратить насчёт своих способностей, качеств.

Honesty is the best policy, *but insanity is a better defense* (Рис. 24, Приложение).

Honesty is the best policy; *but he who is governed by that maxim is not an honest man* (Рис. 25, Приложение).

Противопоставление наблюдается и в данных антипоговорках (при помощи союза *but*), образованных по механизму добавления концовки без изменения структуры самой поговорки. Первая трансформация сообщает о том, что хоть лучшая политика и честность, но лучшей защитой всё же выступает безумство (ведь человек, страдающий таким недугом, совсем не задумывается о том, честен ли он с кем-то или нет). Вторая антипоговорка ставит под вопрос честность людей, которые руководствуются данным изречением (принципом).

Honesty is the best policy, *when there's money in it* (Рис. 26, Приложение).

Данная модификация не отрицает смысла оригинальной поговорки, однако в ней всё сводится к тому, что честность, хоть и лучшая политика, но лучше, когда всё решается с помощью денег. Образована данная трансформация при помощи присоединения новой концовки.

2. Better to have loved and lost than never to have loved at all.

Первая модификация данной поговорки (**It is better to have loved and lost than to live with a psycho for the rest of your life** (Рис. 27, Приложение)) образована благодаря изменению второй части высказывания. Юмористический эффект достигается здесь благодаря необычной трактовке смысла поговорки, в

которой речь идёт о любви в целом. В антипаремии же речь идёт о любви к психопату, которую лучше потерять, чем жить с этим до конца.

Механизмом образования следующей модификации – «**Remember: it is better to have loved *money* and lost, than never to have loved *money* at all** (Рис. 28, Приложение)» – является добавление одного слова, причём добавляется оно сразу в обе части паремии. Безобидный смысл пословицы замещается более корыстным, призывающим к любви к деньгам.

Следующая антипаремия «**Better to have loved *chocolate* and lost a diet than to have not loved *chocolate* at all** (Рис. 29, Приложение)» сходна по смыслу с предыдущей, однако в ней говорится уже о любви не к деньгам, а к шоколаду (ради которой можно пожертвовать и диетой). Образована данная модификация не только благодаря добавлению слова «chocolate» (в первую и вторую её части), но и слова «diet» (lost a diet), что делает антипаремию логически завершённой, а также комической.

3. Silence is golden.

Данная паремия имеет юмористическую трансформацию «**Silence is golden, unless you have a cat. Then silence is suspicious... very suspicious** (Рис. 30,

Приложение)», которая, благодаря замене элемента «golden» элементом «suspicious» (во втором случае) ставит под сомнение истинность оригинальной паремии. Также здесь происходит добавление концовки, которая даёт начало противопоставлению двух версий паремии (unless...).

Следующая антипаремия, в которой сравнивается ценность «золотого» молчания и «серебряной» клейкой ленты, также имеет юмористический оттенок – «**Silence is golden. Duct tape is silver** (Рис. 31, Приложение)», ведь с помощью этой ленты можно добиться молчания (также данная лента имеет серебристый

цвет). Данная трансформация образована при помощи добавления дополнительной концовки.

2.3. Паремии об отрицательных качествах человека

В данном параграфе будут проанализированы трансформации паремий о таких отрицательных качествах человека, как злость, неумение хранить секреты, зависть.

1. Hell hath no fury like a woman scorned.

Во многих трансформациях данной паремии обыгрывается смысл оригинального высказывания (ярость женщины), однако по разным, отличным от оригинала, причинам:

Hell hath no fury like a woman *denied her wine* (Рис. 32, Приложение).

Hell hath no fury like a woman *who stepped on the Legos you promised you'd pick up* (Рис. 33, Приложение).

Hell hath no fury like a woman *who ALREADY TOLD YOU WHERE THE SCISSORS ARE* (Рис. 34, Приложение).

Все данные антипаремии образованы посредством замены одного элемента оригинала («scorned»). Во втором случае («**Hell hath no fury like a woman *who stepped on the Legos you promised you'd pick up***») юмористический эффект достигается благодаря тому, что женщина в ярости не только из-за боли, причинённой ей деталью конструктора Лего, на которую она наступила, но ещё и из-за того, что этот конструктор ей пообещали убрать.

Третья антипаремия («**Hell hath no fury like a woman *who ALREADY TOLD YOU WHERE THE SCISSORS ARE***») немного похожа по смыслу на

предыдущую, а ярость женщины в ней передана ещё и с помощью эмоциональной эмфазы (...ALREADY TOLD YOU WHERE THE SCISSORS ARE). Ведь согласно всеобщему мнению, женщине часто приходится повторять всё по два-три раза, прежде чем её просьбу выполнят.

Hell hath no fury like a woman scorned *for SEGA* (Рис. 35, Приложение).

Данная антипаремия по смыслу соответствует приведённым выше, одна (в ней также говорится о небывалой ярости женщины) но образована она с помощью добавления концовки. Комический эффект здесь достигается благодаря тому, что женщину не просто бросили, а променяли её на Sega (это игровая консоль, или приставка, позволяющая играть в различные игры).

В нижеприведённых трансформациях ярость женщины отодвигается на второй план, или же речь идёт о ярости других людей:

Hell hath no fury like a *short person* scorned (Рис. 36, Приложение).

Hell hath no fury like a *bureaucrat* scorned (Рис. 37, Приложение).

They say hell hath no fury like a woman scorned, *but a kid who didn't get the toy they wanted in their Happy Meal must be a close second* (Рис. 38, Приложение).

Сегодня часто в интернете можно встретить шутки про невысоких людей, чем и является первая трансформация (ведь невысокие люди сами часто переживают из-за своего роста, а если их ещё и задирают, они могут даже разозлиться). Образована она с помощью замены одного элемента оригинала.

Вторая антипаремия («**Hell hath no fury like a *bureaucrat* scorned**») образована при помощи замены второй части, а комический эффект здесь достигается благодаря описанию гнева бюрократа/чиновника, которого обманули (в отличие от оригинальной пословицы, где речь идёт о ярости женщины).

В третьей модификации происходит добавление концовки, которая сообщает о том, что ярость ребёнка, не получившего желаемую игрушку из Хэппи Мил (это комплексный обед для детей в сети ресторанов McDonald's в специальной упаковке, состоящий из еды и игрушки), если не такая же, как у брошенной женщины, то не дальше, чем вторая после неё.

2. Don't let the cat out of the bag.

Модификация данной пословицы «***Please, don't let the cat out, no matter what it tells you*** (Рис. 39, Приложение)» образована благодаря добавлению концовки, в которой кот олицетворяется и обретает способность говорить. Благодаря этому достигается юмористический эффект.

3. The grass is always greener on the other side of the fence.

Первая трансформация данной поговорки образована при помощи изменения её структуры, а также добавления концовки:

If the grass is greener on the other side, there's probably more manure there (Рис. 40, Приложение).

Данную антипаремию можно трактовать двояко: наличие навоза на «другой» стороне можно рассматривать как негативный элемент, тогда пословица приобретает юмористический оттенок; если же навоз рассматривать как удобрение, то антипаремия становится поучительной и призывает стараться, чтобы достичь успеха.

Следующая модификация (***When the grass looks greener on the other side of the fence, it may be that they take better care of it there*** (Рис. 41, Приложение)) содержит в себе совет, как сделать так, чтобы трава была зеленее не только за забором. Данную антипаремию следует понимать в переносном значении (чтобы достичь успеха, нужно стараться, а не сидеть сложа руки). Данная антипаремия образована при помощи механизма добавления концовки.

Трансформация «**The grass is greener where you water it** (Рис. 42, Приложение)» повторяет по смыслу предыдущую, однако образована она при помощи замены второй части.

Следующая антипаремия имеет оттенок чёрного юмора, ведь в ней говорится, что под «другой стороной» можно понимать не только соседский сад, но и жизнь после смерти – «***They say the grass is always greener on the other side.***

Most people assume it means the other side of some fence. But could they be saying «the other side» meaning after death? (Рис. 43, Приложение)». Данная трансформация образована благодаря изменению структуры исходной паремии и добавлению концовки.

В данном случае – «***The grass is always greener on the other side, until you jump the fence and see the weeds up close*** (Рис. 44, Приложение)» – модификация образована при помощи добавления концовки, в которой (если трактовать её буквально) говорится, что даже в самом успешном деле есть какие-то недочёты (weeds).

2.4. Паремии о своевременности

В данном параграфе будут описаны трансформации паремий о своевременности действий (событий) и их результата.

1. Don't count your chickens before they are hatched.

Все приведённые ниже трансформации данной паремии образованы при помощи изменения структуры оригинального текста:

People who count their chickens before they are hatched act very wisely because chickens run about so absurdly that it's impossible to count them accurately (Рис. 45, Приложение).

I count absolutely no chickens before they're hatched. In fact, I assume they're all dead in their shells, inside their eggs (Рис. 46, Приложение).

- *What is the second half of the proverb «Don't count your chickens...»?*
- *... Eat them* (Рис. 47, Приложение).

Keep calm and don't count your chickens before they are hatched.

В первой антипаремии юмористический эффект достигается благодаря тому, что выражение «считать цыплят» воспринято буквально. Это видно по продолжению, в котором говорится о том, что, когда цыплята вылупятся, посчитать их будет невозможно, потому что они очень быстро бегают.

Смысл данной антипаремии противопоставляется смыслу оригинальной паремии, поскольку она призывает считать цыплят ещё до момента их вылупливания (то есть не ждать результата, а оценивать успех уже в процессе выполнения работы).

Вторая антипаремия представляет собой чёрный юмор, ведь в ней говорится, что невылупившихся цыплят считать не стоит, поскольку все они могут быть мертвы в своих скорлупках. Здесь, как и в предыдущей антипаремии, выражение «считать цыплят» воспринято буквально.

В третьем случае модификация паремии представляет собой диалог, в котором первый говорящий спрашивает о продолжении всеми известной поговорки. Однако, второй говорящий воспринимает фразу «считать цыплят» буквально и продолжает: «Съешь их», благодаря этому и достигается юмористический эффект.

Последняя трансформация также имеет юмористический оттенок, поскольку предлагает «успокоиться» и не считать цыплят, пока они не

вылупились. Здесь, в отличие от предыдущих антипаремий, фраза «считать цыплят» воспринимается в переносном смысле, и означает «оценивать успехи».

2. Rome wasn't built in a day.

Трансформации данной паремии образованы при помощи добавления дополнительной концовки.

Rome wasn't built in a day. *Was it built at night* (Рис. 48, Приложение)?

Rome wasn't built in a day. *And neither was your body* (Рис. 49, Приложение).

Rome wasn't built in a day, *except in Lego Land* (Рис. 50, Приложение).

Rome wasn't built in a day, *and the internet is our new Rome* (Рис. 51, Приложение).

They say Rome wasn't built in a day, but I wasn't on that particular job (Рис.

52, Приложение).

В первой антипаремии юмористический эффект достигается благодаря вопросу, который противопоставляется смыслу паремии: если Рим строился не за *день*, то, может быть, за *ночь*? Фраза «строиться за день» воспринята здесь буквально.

Вторая трансформация могла бы быть использована в качестве рекламы здорового питания или спортивного зала, поскольку в ней говорится о том, что ничего не создаётся за один день, даже красивое тело.

Третья антипаремия приобретает юмористический эффект благодаря сравнению Рима реального и Рима, построенного за один день с помощью конструктора Лего. Здесь истинность пословицы ставится под сомнение.

Следующая модификация смысла пословицы не отрицает, а утверждение о том, что «Рим не за день строился», здесь воспринимается в переносном значении. То же качество приписывается интернету, который называется «вторым Римом», ведь всемирная сеть создаётся уже очень давно.

3. All good things come to he who waits.

Данная паремия имеет две трансформации, образованные при помощи замены одного элемента:

Good things come to those who *bait* (Рис. 53, Приложение).

Good things come to those who *don't wait for lunch*.

Первая антипаремия была использована для рекламы одного из товаров в рыболовном магазине. Юмористический эффект здесь достигается благодаря созвучию элементов «wait» и «bait», которое и делает данную рекламу успешной.

Вторая трансформация противопоставляется по смыслу оригинальной паремии, сообщая о том, что хорошее явится к тому, кто не дожидается обеда (то есть не медлит).

4. He who laughs last laughs longest.

Большинство трансформаций данной паремии имеют юмористический характер. Например:

He who laughs last *just didn't get the joke* (Рис. 54, Приложение).

He who laughs last *has the last laugh* (Рис. 55, Приложение).

He who laughs last *thinks slowest* (Рис. 56, Приложение).

He who laughs last *is laughing at you* (Рис. 57, Приложение).

Все эти антипословицы построены посредством замены второй части пословицы. В первом случае комический эффект достигается благодаря

искажению смысла оригинальной паремии, которая теперь говорит, что последним смеётся тот, кто попросту не понял шутки.

Вторая трансформация приобретает юмористический эффект благодаря чрезмерной очевидности смысла: у того, кто смеётся последним, последний смех.

Третья антипаремия похожа по смыслу на первую: в ней говорится о человеке, который думает медленнее остальных, благодаря этому она и становится комичной.

В последнем случае юмористический эффект достигается благодаря тому, что относительная нейтральность оригинальной пословицы заменена на утверждение о том, что последним смеётся тот, кто смеётся над читателем (слушателем).

Следующая модификация представленной паремии также построена посредством изменения второй части пословицы, однако она не имеет юмористического подтекста. Она лишь констатирует факт того, что тот, кто смеётся последним, просто не придаёт этому большого значения: **He who laughs last *didn't get it in the first place*** (Рис. 58, Приложение).

He who laughs first has the dirtiest mind. He who laughs last *obviously didn't get the joke* (Рис. 59, Приложение).

Данная антипаремия содержит одну из уже представленных выше модификаций (*He who laughs last just didn't get the joke*). Однако, первая её часть также подверглась изменению (замена одного слова), и теперь смысл состоит в том, что смеющийся первым обладает извращённым умом, а смеющийся последним просто не понял шутки.

В трансформациях, приведённых ниже, вторая часть не только изменена, но и представлена несколькими предложениями, составляющими как бы минитекст.

He who laughs last gets the first laugh after the guy who laugh before him. And if he laugh that time then imagine how good the laugh will be when you last laugh last (Рис. 60, Приложение).

Здесь обговаривается преимущество того, кто рассмеётся после того, кто «смеётся последним», ведь его смех будет САМЫМ последним.

My momma used to say: he, who laughs last, laughs...

– loudest

– longest

– like a donkey (Рис. 61, Приложение).

Представленная антипаремия, кроме изменения второй части, подверглась также изменению структуры исходной паремии. Здесь добавляется вводная фраза – «моя мама говорила», а вторая часть антипаремии описывает смех того, кто смеётся последним (громко, долго, как осёл).

5. Good things come in small packages.

Все трансформации в данном случае образованы с сохранением первой части паремии:

Good things come in small packages... and I'm really small (Рис. 62, Приложение).

Good things come in small groups (Рис. 63, Приложение).

Good things come in small hotel packages (Рис. 64, Приложение).

Первая антипаремия (**Good things come in small packages... and I'm really small**) образована при помощи добавления концовки, благодаря которой высказывание приобретает комический эффект (так как, согласно пословице, хорошие вещи приходят в небольших упаковках, автор высказывания подмечает, что сам он очень мал, намекая на то, что он хороший).

Вторая модификация (**Good things come in small groups**) изначально была использована в качестве названия книги под авторством Steve Barker и Ron

Nicholas. В этой книге рассказывается о том, как создать и развивать маленькие группы (общности) в церкви, а также обращается особое внимание балансу между воспитанием, богослужением, общностью и своим предназначением.

Трансформация «**Good things come in small *hotel packages***» содержит словосочетание «*hotel packages*» (образовавшееся благодаря новому элементу «*hotel*»), которым обозначается набор услуг (помимо размещения), предоставляемый отелем и включаемый в цену (обычно это питание, экскурсии, трансфер, или использование инфраструктуры – пляж, бассейн, спортивные площадки, сауна). Благодаря этому антипаремия и имеет юмористический эффект.

6. **Revenge is a dish best served cold.**

Приведённые ниже антипаремии образованы при помощи добавления концовки:

Revenge is a dish best served *very very cold with a side of faux bacon* (Рис. 65, Приложение).

Revenge is a dish best served cold. *Revenge is also sweet. Basically revenge is an ice-cream.*

Revenge is a dish best served cold? *False. Revenge is not matter and cannot transfer heat, therefore it is only served cold* (Рис. 66, Приложение).

В первом случае также использовано добавление элемента «*very*» для усиления, а фраза «*served dish*» воспринимается здесь буквально, причём такое блюдо, как «мечь», должно подаваться не только холодным (очень-очень холодным), но и вприкуску с вегетарианским беконом (*faux bacon* – бекон, который может быть сделан из грибов шиитакэ, баклажан, либо вкус бекона придаётся пшеничной/кукурузной лепёшке благодаря специям). Данное уточнение и делает антипаремию юмористической.

Вторая антипаремия также строится на буквальной трактовке фразы «served dish». Здесь также происходит совмещение двух пословиц – «Revenge is a dish best served cold» и «Revenge is sweet», из которых делается вывод о том, что месть – это мороженое (ведь оно тоже холодное и сладкое), благодаря этому и достигается юмористический эффект.

Последняя трансформация отрицает тот факт, что месть ЛУЧШЕ подавать холодной, ведь она нематериальна, а, следовательно, просто не может быть поданной горячей. В соответствии с последней антипаремией, исходная пословица не имеет смысла.

2.5. Паремии о доме

В данном параграфе будут проанализированы трансформации паремий о доме.

1. There is no place like home.

Большинство трансформаций данной паремии образованы с помощью механизма замены одного слова:

There is no place like *rehab* (Рис. 67, Приложение).

There is no place like 127. 0. 0. 1 (Рис. 68, Приложение).

There's no place like *work* (Рис. 69, Приложение).

There is no place like *Home Plate* (Рис. 70, Приложение).

В первом случае (**There is no place like *rehab***) слово home заменено словом rehab (сокращённо от rehabilitation – восстановление). Согласно

Кембриджскому словарю, rehab это процесс помощи кому-то в прекращении принимать наркотики и употреблять алкоголь.

Соответственно, теперь лучшим местом признаётся не дом, а центр, где людям помогают избавляться от вышеприведённых зависимостей.

Вторая антипаремия (**There is no place like 127. 0. 0. 1**) содержит элемент 127. 0. 0. 1, который ещё называется localhost. В компьютерных сетях – это стандартное имя команды, позволяющей проверить работоспособность сетевой карты персонального компьютера.

В данной антипаремии он использован потому что иногда данный адрес (команду) ещё называют «домашним адресом» («home»).

Третья модификация (**There's no place like work**) сообщает читателю о том, что нет места лучше, чем работа, и ему самому остаётся думать, искренен ли её автор или это лишь сарказм.

Последняя антипаремия в данном списке (**There is no place like Home Plate**) содержит элемент Home Plate. Согласно Кембриджскому словарю, home plate – это место на бейсбольном поле, рядом с которым должен стоять игрок, бьющий по мячу, и завершающая станция игры, которую он должен коснуться, чтобы заработать баллы.

Однако, есть ещё одно определение понятию Home Plate: в игре Fallout 4 это основная база или «личный дом» игрока. Данный вариант, по нашему мнению, является более подходящим, поскольку здесь просматривается прямая связь с заменённым словом «home».

There's no place like home for the holidays (Рис. 71, Приложение).

Данная трансформация образована посредством прибавления дополнительного окончания к оригинальной паремии, без её изменения. Общий смысл паремии сужается, появляется уточнение о том, что нет лучшего места чем дом для того, чтобы провести каникулы.

2. Home is where the heart is.

Все модификации данной паремии связаны с предметами, которые ассоциируются с домом. Большинство из них образованы посредством замены одного элемента (heart):

Home is where *you park it* (Рис. 72, Приложение).

В данной антипаремии речь идёт о доме на колёсах (или прицепе, кемпере), который многие используют для путешествий, в которых проводят немало времени, соответственно, такие кемперы становятся людям вторым домом. Помимо элемента «heart» здесь происходит и замена глагола «is» местоимением

«it» для того, чтобы предложение было грамматически правильным.

Home is where *the pie* is (Рис. 73, Приложение).

В данной антипаремии проглядывается связь дома с пирогом, ведь где, как ни дома можно съесть ароматный свежее испечённый пирог.

Home is where *the wine* is (Рис. 74, Приложение).

Данная антипаремия продолжает тему гастрономии и уют в доме связывается здесь с бутылкой (может, даже, не одной) вина.

Home is where *the cat* is (Рис. 75, Приложение).

Здесь показателем уюта в доме выступает элемент «cat», потому что принято считать, что если в доме есть кот – то в нём уже уютно.

Home is where *Mum* is (Рис. 76, Приложение).

Эта трансформация наиболее точно связана с оригинальной паремией. Ведь сердце (heart) и мама (Mum) это то, без чего/кого человек жить не может.

Home is where *the pants aren't* (Рис. 77, Приложение).

Данная антипаремия основана на мнении о том, что дома необязательно носить штаны, благодаря чему и достигается юмористический эффект.

Здесь происходит замена двух элементов (не только heart – pants, но и is – aren't).

Home is where your *boots are* (Рис. 78, Приложение).

Данная модификация построена на том, что чаще всего обувь снимается и хранится дома.

Home is where *wi-fi connects automatically* (Рис. 79, Приложение).

Эта трансформация основана на том, что для подключения к сети wi-fi необходимо ввести пароль. Если место часто посещаемое – то пароль можно сохранить и тогда в постоянном вводе пароля необходимости не будет. А какое место для человека самое часто посещаемое? Дом.

Home is where you *are welcome just the way you are* (Рис. 80, Приложение).

Данная антипаремия образована при помощи изменения второй части оригинального высказывания. Она сообщает о том, что только дома человека примут таким, какой он есть, ведь дом – это семья.

2.6. Паремии об истине

В этом параграфе будут описаны трансформации паремий об истине.

1. Great minds think alike.

Трансформации данной паремии представлены ниже:

Great minds think alike, *but sometimes they think about anime* (Рис. 81, Приложение).

Данная антипаремия образована при помощи добавления концовки. Юмористический эффект здесь достигается благодаря упоминанию о всемирной известности японской анимации (аниме).

Также при помощи добавления концовки образованы следующие антипаремии:

Great minds think alike, but fools seldom differ (Рис. 82, Приложение).

Great minds think alike... Unfortunately, so do stupid ones (Рис. 83, Приложение).

Данные трансформации синонимичны, юмористический эффект в них достигается благодаря противопоставлениям *great minds – fools*, *great – stupid*. Здесь, вопреки оригинальной пословице, говорится, что помимо великих умов, одинаково думают ещё и глупцы, чем становятся на них похожими.

Great minds think alike. But don't worry – so do ours (Рис. 84, Приложение).

В данной модификации, как и в предыдущих, способность великих умов думать в одинаковом направлении приписывается (пусть и не глупцам) говорящим.

Great minds think alike – especially when they are female (Рис. 85, Приложение).

Данная антипаремия сообщает о том, что все женщины думают одинаково.

Образована она с помощью метода добавления концовки.

Great minds think alike, but dirty minds work together (Рис. 86, Приложение).

Данная антипаремия образована при помощи добавления новой концовки.

Нижеприведённые модификации образованы при помощи замены одного элемента:

Great minds drink alike.

Данная антипаремия имеет комический эффект благодаря замене элемента *think* элементом *drink*, поскольку смысл пословицы приобретает разговорный характер (потому что речь теперь идёт о распитии алкоголя).

Great minds think *differently*.

Юмористический эффект в данном случае достигнут при помощи использования противопоставления смысла новой паремии и смысла традиционной.

Great minds think a *bike* (Рис. 87, Приложение).

Здесь юмористический эффект достигается при помощи возникновения элемента «bike», который делает выражение разговорным, ведь велосипед – предмет быта.

Great minds think *alone* (Рис. 88, Приложение).

Данная антипаремия учитывает тот факт, что иногда для создания шедевра необходимо сосредоточиться, остаться на время в одиночестве.

Great minds think *and write*.

Данная модификация как бы уточняет, что великие люди чаще всего записывают все свои мысли, особенно это относится к разного рода поэтам писателям. Также данная антипаремия подошла бы к рекламе шариковых ручек. Необходимо добавить, что в трансформациях «Great minds drink alike», «Great minds think a bike», «Great minds think and write» комический эффект достигается ещё и благодаря созвучию заменённых элементов: think – drink, alike – a bike, alike – and write.

2. All roads lead to Rome.

Трансформации данной паремии образованы при помощи замены одного элемента:

Smile. All roads lead to *the shore* (Рис. 89, Приложение).

All roads lead to *TOLLS* (Рис. 90, Приложение)!

В первом случае антипаремия выполняет мотивирующую функцию, которая прослеживается с первого слова – smile.

Вторая антипаремия была использована в качестве слогана, призывающего оплачивать пошлину для проезда по мосту.

3. If a tree falls in a forest and no one is around to hear it, does it make a sound?

Данная паремия имеет одну трансформацию, образованную при помощи изменения структуры исходного текста с сохранением его смысла, за исключением элемента «hear», заменённого элементом «tweet»:

If a tree falls in the *woods* and no one is there *to tweet about it, did it really happen?*

Данная антипаремия образовалась в силу популяризации социальных сетей (в данном случае речь идёт о социальной сети под названием Твиттер). И теперь, чтобы доказать какое-то событие нужно не только его увидеть, но и поделиться им в социальных сетях.

2.7. Паремии об оптимизме

В данном параграфе будут представлены трансформации паремий об оптимизме и о том, что из любой ситуации можно найти выход.

1. If life deals you lemons, make lemonade.

Данная паремия имеет более 10 преобразований. Большинство из них представляют собой мотивирующие и, в какой-то степени, подбадривающие, высказывания, что обусловлено смыслом основного высказывания:

If life gives you lemons, *don't* make lemonade of it. Challenge yourself, and stand against the hardships. You won't regret it.

When life gives you lemons, make lemonade *and sell it to all of those who get thirsty from complaining* (Рисунок 91, Приложение).

Данные антипаремии образованы путём расширения, прибавления к оригинальной паремии дополнительной концовки (причём вторая без изменения структуры самой паремии). Первая антипаремия основана на отрицании смысла основного высказывания, в ней предлагается не принимать те «лимоны», которые преподносит жизнь, а бороться со всеми трудностями.

When life gives you lemons, make *grape juice*, then sit back and watch as the world wonders how you did it.

Данная антипаремия образована по смешанному механизму, комбинирующему в себе замену одного слова (lemonade=grape juice), а также дополнительную концовку (...then sit back and watch as the world wonders how you did it). Комический эффект здесь также присутствует (благодаря тому, что в реальной жизни невозможно приготовить виноградный сок из лимонов).

When life gives you lemons, *keep them, because, hey, free lemons* (Рис. 92, Приложение).

When life gives you lemons, *sell them to buy wine* (Рис. 93, Приложение).

When life gives you lemons, *sell them to buy coffee*.

When life gives you lemons, *grab tequila and salt* (Рис. 94, Приложение).

If life deals you lemons *drink tequila* (Рис. 95, Приложение).

Здесь мы наблюдаем изменение второй части паремии («make lemonade» из оригинального текста замещается такими вариантами, как «keep them», «sell them», «drink tequila»).

Понять смысл (и комичность) антипаремий «When life gives you lemons, *grab tequila and salt*» и «If life deals you lemons *drink tequila*» можно, лишь зная о том, что текилу обычно пьют, соблюдая следующее правило:

нужно выпить текилу залпом;

затем с ладони слизать (предварительно насыпанную туда) соль; *в конце закусить лимоном* (или лаймом).

Некоторые трансформации данной паремии имеют своей целью развлечь читателя:

When life gives you lemons, put them in your bra! It won't solve your problems, but the extra attention is nice (Рис. 96, Приложение)...

Здесь происходит замена второй части пословицы, а комичность достигается благодаря стереотипу о том, что женщины, пытаясь добиться внимания мужчин, подкладывают в бюстгальтер увеличивающие объём предметы (вату, специальные подкладки, а в данном случае – *лимоны*).

When life gives you lemons, make lemonade... then find somebody whose life has given them vodka, and have a party (Рис. 97-98, Приложение).

Трансформация паремии достигнута здесь путём добавления концовки к основному тексту без его изменения. Юмористический эффект здесь достигается благодаря общепринятому мнению о том, что на вечеринке всегда присутствуют различные напитки (соки, газировка, а также алкоголь).

Одна антипаремия, что можно отметить по элементу «master cleanse», была использована в качестве рекламного слогана известной «лимонадной» диеты, которая состоит в том, чтобы в течение двух недель ни есть, ни пить ничего, кроме специально приготовленного лимонада, состоящего из *лимонного сока*, кленового сиропа, острого перца и воды:

When life gives you lemons, make master cleanse (Рис. 99, Приложение).

2. That which does not kill us makes us stronger.

Наибольшее количество антипаремий здесь образовано благодаря замене второй части оригинальной пословицы:

That which doesn't kill you, usually really, really hurts (Рис. 100,

Приложение). (в данном случае происходит не только замена второй части, но и замена одного слова в первой (us – me). Построена данная модификация на противопоставлении смыслу оригинального текста – в пословице утверждается, что то, что не убивает, делает нас сильнее, в изменённом же её варианте оно причиняет много боли).

What doesn't kill you, actually leaves you crippled (Рис. 101, Приложение) (данная антипаремия также образована на противопоставлении смыслу основной пословицы (только здесь, в отличие от предыдущего варианта, то, что не убивает, лишь оставляет очень напуганным). Механизм образования данной модификации также представляет собой синтез замены второй части и замены одного слова из первой (us – you)).

Вторая часть следующей трансформации «**That which does not kill me... gives me xp** (Рис. 102, Приложение)» имеет отношение к онлайн играм, где xp – это сокращение от experience points (очки опыта). Такие очки игрок получает за выполнение различных заданий, например, уничтожение врага.

Здесь так же, как и в предыдущих примерах, помимо замены второй части паремии, происходит замена одного слова (us – me) в первой.

По такому же принципу, как и вышеприведённые, образована следующая антипаремия «**That which does not kill me had better run pretty damn fast**» (Рис. 103, Приложение). Однако, по смыслу она уже не противопоставляется оригинальной пословице, а является как бы её продолжением: так как то, что не убило, сделало нас сильнее, то ему нужно очень быстро убегать, чтобы спастись.

Механизм замены второй части пословицы используется и в модификации «**That which doesn't kill us has to get up extra early in the morning if it wants to get us next time**» (Рис. 104, Приложение). Здесь то, что не убивает, как бы олицетворяется и приобретает способности человека: to get up (вставать

с кровати), to want (хотеть), to get (достать/получить). Благодаря этому и достигается юмористический эффект.

That which does not kill *me* probably won't taste very good (Рис. 105, Приложение). Способ образования данной антипословицы также совмещает в себе замену второй части и замену одного слова первой (us – me). Смысл её также перекликается со смыслом оригинальной поговорки и заключается в том, что то, что не убивает, будет съедено, ведь оно сделало жертву сильнее.

Сходна по смыслу с предыдущей и следующая трансформация «**That which doesn't kill us *dies horribly***» (Рис. 106, Приложение), ведь так же, как и в вышеприведённом варианте, жертва мстит тому, что пыталось её убить и оно умирает в страшных мучениях.

Механизмом образования данной антипоговорки явилась замена второй части поговорки.

That which does not kill *me* makes *me* stronger, weirder and harder to relate to (Рис. 107, Приложение). Данная трансформация образована при помощи добавления концовки, однако данный механизм использован здесь вместе с изменением одного слова в оригинальной поговорки (us – me). Новая концовка как бы дополняет по смыслу основную поговорку, сообщая о том, что то, что не убивает, делает не только сильнее, но ещё и странным и тяжёлым в общении.

That which does not kill *me* makes *me* stronger. False. Muscle atrophy causes a decrease in muscle mass, rendering you weaker (Рис. 108, Приложение).

В данном случае смысл оригинальной поговорки ставится под сомнение приведёнными (в дополнительной концовке) данными о том, что вред, причинённый при попытке убить жертву, вызывает у неё мышечную атрофию, что в свою очередь ведёт к уменьшению мышечной массы, а, вследствие, к

ослаблению жертвы (что полностью отрицает смысл поговорки (то, что не убивает – делает нас сильнее)).

3. Every cloud has a silver lining.

Несмотря на то, что данная поговорка является мотивирующей, имеющей позитивный смысл, её трансформации имеют негативный оттенок:

Every cloud has a silver lining, but lightning kills hundreds of people each year who are trying to find it (Рис. 109, Приложение).

Данная антипоговорка не отрицает того факта, что в каждой туче есть луч (проблеск) света, однако, здесь сообщается, что в погоне за этим проблеском каждый год погибают сотни людей. Данную антипоговорку можно понять двояко: в прямом смысле (тогда она приобретает юмористический эффект) и в переносном (многие люди, пытаясь найти надежду в провальном деле, сдаются).

Every cloud has a silver lining but it is sometimes a little difficult to get it to the mint (Рис. 110, Приложение).

Данная антипоговорка образована при помощи метода добавления концовки.

2.8. Поговорки о труде

В данном параграфе будут проанализированы трансформации поговорок об отношении к труду.

1. If at first you don't succeed try, try and try again.

Модификации данной паремии можно условно разделить на две группы: те, чей смысл противопоставляется основному смыслу, и те, которые его подтверждают.

К первым можно отнести антипаремию:

If at first you don't succeed

- **try, try again**
- ***then give up***
- ***don't be a fool*** (Рис. 111, Приложение), которая образована при

помощи механизма добавления концовки. Однако структура самой паремии также изменена: теперь она представляет собой список советов о том, что делать, если не получается преуспеть в каком-либо деле.

Юмористический эффект здесь достигается благодаря тому, что вопреки исходной паремии (которая гласит «если не получается преуспеть в каком-то деле, продолжай пытаться, не сдавайся»), её модификация предлагает попробовать попытаться, а если не получится – бросить всё и не быть дураком.

Таким же смыслом обладают и следующие трансформации:

If at first you don't succeed, try, try again. *Then quit. There's no use being a damn fool about it* (Рис. 112, Приложение).

There's an old motto that runs, «If at first you don't succeed, try, try again.» This is nonsense. It ought to read, «If at first you don't succeed, quit, quit at once» (Рис. 113, Приложение).

Образованы они также при помощи механизма, приведённого выше (добавление концовки), однако в первом случае это происходит без изменения структуры паремии, во второй же модификации паремия «If at first you don't succeed, try, try again» выступает в качестве девиза, которому предшествует фраза «There's an old motto that runs...», то есть паремия уже не выступает как самостоятельная единица.

С помощью прибавления концовки образованы и следующие антипаремии:

If at first you don't succeed, try, try again... *are not words of wisdom when it comes to dating an ex, dumbass.* (Рис. 114, Приложение) (Комический эффект здесь достигается благодаря тому, что существует мнение, что возобновление отношений с бывшими возлюбленными обычно не приводят ни к чему хорошему.)

If at first you don't succeed, try, try again *or get somebody else to do it.* (Рис. 115, Приложение) (Здесь трансформированная паремия предлагает обратиться к кому-нибудь за помощью, когда то или иное дело не получается, в то время как оригинальная призывает пытаться самому, пока всё не получится.)

If at first you don't succeed, try, try again. *If you fail even after these attempts, perhaps you're just stupid.* (Рис. 116, Приложение) (Смысл данной модификации представленной паремии противопоставляется значению основной лишь частично, поскольку она не призывает обращаться к кому-то за помощью или просто сдаться (поскольку элемент «...try, try again» сохраняется), однако, согласно ей, если человек не может где-то преуспеть даже после неоднократных попыток, он просто глуп.

Поистине шуточной является трансформация «**If at first you don't succeed... *skydiving is not for you!***» (Рис. 117, Приложение). Она построена при помощи механизма изменения второй части пословицы. Эффект комичности здесь достигается благодаря тому, что скайдайвинг (или парашютный спорт) – очень опасен, и любая ошибка во время исполнения трюка может стать фатальной (т. е. у парашютиста есть лишь один шанс правильно выполнить прыжок).

If at first you don't succeed, *get feedback, try something different, repeat as necessary.* (Рис. 118, Приложение)

Данная антипаремия является своеобразной инструкцией к тому, что делать, если что-то не получается: нужно просто сделать перерыв, заняться чемто другим, и вернуться к начатому делу.

Обе приведённые трансформации образованы при помощи замены второй части пословицы.

2. You can't make an omelette without breaking eggs.

Переносный смысл пословицы утрачивается в следующей антипаремии: **«You can't make an omelette without emptying the chilli powder jar into it** (Рис. 119, Приложение)». Здесь омлет воспринимается буквально (в отличие от оригинальной паремии, где омлет символизирует результат, полученный при выполнении какой-то работы, а разбиваемые яйца – шаги, предпринятые на пути к этому результату), при чём в него предлагается добавить пряностей.

Образована данная трансформация при помощи замены элемента.

Следующая антипаремия (**You CAN make an omelette without breaking eggs. It's just a really bad omelette** (Рис. 120, Приложение)) может быть трактована двояко: с одной стороны можно воспринять утверждение о том, что из неразбитых яиц получится плохой омлет буквально, с другой – неразбитые яйца можно трактовать как трудности, неверные шаги на пути к результату. Образована данная трансформация с использованием метода добавления концовки а также изменения структуры пословицы.

Трансформация **«There's an old saying among scientific guys: «You can't make an omelet without breaking eggs, ideally by dropping a cement truck on them from a crane»** (Рис. 121, Приложение)» представляет собой мини-текст, частью которого является исходная паремия. Юмористический эффект достигается здесь благодаря тому, что учёные даже яйца для омлета разбивают, сбросив на них с подъёмного крана цементовоз. Переносный смысл данной пословицы заключается в том, что на некоторые несложные дела тратится

слишком много сил. Образована данная антипаремия благодаря добавлению концовки, а также добавлению вводной фразы.

3. The longest journey starts with a single step.

Трансформация данной пословицы (**The longest journey starts with a single *absinthe*** (Рис. 122, Приложение)) имеет юмористический оттенок благодаря использованию элемента «*absinthe*», делая акцент на том, что в самые долгие «путешествия» обычно отправляются выпившие люди. Данная антипаремия образована при помощи замены одного элемента.

2.9. Паремии об отношении к людям

В данном параграфе будут описаны трансформации паремий о том, как нужно (и не нужно) относиться к людям.

1. Don't bite the hand that feeds you

Большинство модификаций данной паремии образованы с использованием механизма прибавления дополнительной концовки:

Don't bite the hand that feeds you. *There's barely any meat on it. Go for the thighs* (Рис. 123, Приложение).

Юмористический эффект здесь достигается благодаря буквальному рассмотрению фразы «Don't bite the hand that feeds you» (не кусай руку, которая тебя кормит). Данная модификация содержит также шуточный совет: поскольку на руках мало мяса, предлагается кусать за бедро.

Don't bite the hand that feeds you. Mostly because it's your own hand and people will wonder about the teeth marks (Рис. 124, Приложение).

Данная антипаремия указывает на то, что обычно человек сам всего добивается и рукой, которая его кормит, окажется его собственная. Поэтому предлагается её не кусать, ведь людей смутят следы укусов. Вероятнее всего, здесь следует воспринимать всё в переносном смысле, и основное значение данной антипаремии – человек сам обеспечивает себя.

I don't bite the hand that feeds me cause 99% of the time it's my hand.

В приведённой модификации, как и в предыдущей, сделан акцент на том, что чаще всего человек сам «кормит себя» – зарабатывает на жизнь. Образована она с помощью механизма замены слова (you – me), добавления концовки, а также изменения структуры самой паремии (в оригинале речь идёт о втором лице единственного числа, в изменённом же варианте высказывание становится прямой речью).

2. Those who live in glass houses shouldn't throw stones.

В большей части трансформаций данной паремии слово «those» замещено словом «people»:

People who live in stone houses, shouldn't throw glasses (Рис. 125, Приложение).

Remember the old saying «People in glass houses shouldn't throw stones»? Well I have a boulder in my yard, and I'm not afraid to use it (Рис. 126, Приложение).

People who live in glass houses, shouldn't throw stones, at their architect (Рис. 127, Приложение).

People who live in glass houses, shouldn't throw stones; unless they are trying to break glass ceilings (Рис. 128, Приложение)!

People who live in glass houses, shouldn't throw stones. *Unless, of course, they enjoy many broken windows* (Рис. 129, Приложение).

Another thing* people who live in glass houses, shouldn't do is to throw *Health and Safety manuals (Рис. 130, Приложение).

People in glass houses shouldn't *hang pictures* (Рис. 131, Приложение).

Первая антипаремия (**People who live in *stone* houses, shouldn't throw *glasses***) образована посредством перемены порядка слов, благодаря чему достигается комический эффект (новый вариант пословицы сообщает о том, что живущие в каменных домах не должны бросаться стёклами).

Следующая трансформация (***Remember the old saying* «People in glass houses shouldn't throw stones» ? Well I have a boulder in my yard, and I'm not afraid to use it**) образована с помощью добавления концовки к оригинальной паремии, а также небольшого вступления (“Remember the old saying...»), что делает пословицу как бы частью небольшого текста. Юмористический эффект здесь достигается благодаря отрицанию смысла оригинальной паремии (её автор сообщает о том, что несмотря на всеми известную мудрость, он не боится бросить и валун, лежащий у него в саду).

Данная модификация **«People who live in glass houses, shouldn't throw stones, *at their architect*»** образована с помощью добавления концовки, которая делает исходное высказывание комическим: теперь фраза «бросаться камнями» приобретает буквальный смысл, а трансформированная паремия заканчивается словами «...в архитектора».

Две следующие модификации похожи по смыслу:

People who live in glass houses, shouldn't throw stones; *unless they are trying to break glass ceilings!*

People who live in glass houses, shouldn't throw stones. *Unless, of course, they enjoy many broken windows.*

Более того, они образованы при помощи одного и того же механизма – прибавление дополнительной концовки. В обеих трансформациях выражение «бросаться камнями» приобретает буквальный смысл, а также ставится под сомнение смысл самой поговорки: в первом случае она считается верной только до тех пор, пока людям, живущим в стеклянных домах, не захочется разбить стеклянные потолки, а во втором – пока им не захочется полюбоваться на множество разбитых окон.

Следующая антипоговорка как бы является продолжением традиционной поговорки, поскольку начинается с фразы «another» (ещё один): «***Another thing people who live in glass houses, shouldn't do is to throw Health and Safety manuals***». Образована она с помощью прибавления дополнительной концовки, которая делает всё высказывание юмористическим (а смысл фразы «жить в стеклянном доме» буквальным). Теперь таким людям не следует выбрасывать ещё и руководство по технике безопасности.

Трансформация «***People in glass houses shouldn't hang pictures***» образована по механизму замены второй части поговорки. Комичность её заключена в действии «to hang pictures», ведь чтобы повесить картину, нужно вбить в стену гвоздь, а это неприемлемо в доме, сделанном из стекла.

3. The road to hell is paved with good intentions.

Большинство трансформаций данной поговорки образованы благодаря замене её второй части:

The road to hell is paved with *adverbs* (Рис. 132, Приложение).

The road to hell is paved with *works-in-progress* (Рис. 133, Приложение).

The road to hell is paved with *zombies* (Рис. 134, Приложение).

The road to hell is paved with *democrats*.

The road to hell is paved with *unbought stuffed dogs* (Рис. 135,

Приложение).

The road to hell is paved with *leeks and potatoes* (Рис. 136, Приложение).

В первой антипаремии элемент «good intentions» заменён элементом «adverbs», который обозначает часть речи «наречие», употребление которого обычно непросто, особенно для людей, изучающих английский язык как иностранный. Юмористический эффект достигается благодаря тому, что здесь преувеличивается трудность употребления наречий.

Вторая антипаремия побуждает к действию, ведь в ней сказано, что дорога в ад выстлана незаконченной работой (элемент «good intentions» заменён здесь элементом «works-in-progress»).

Третья антипаремия имеет фантастический характер, поскольку элемент «good intentions» заменён на «zombies». Благодаря этому достигается юмористический эффект, ведь дорога в ад здесь воспринимается буквально.

Следующая трансформация имеет юмористический эффект, поскольку в ней сказано, что дорога в ад выстлана демократами (элемент «good intentions» заменён элементом «democrats»). Смысл данной антипаремии дублирует смысл оригинальной пословицы, поскольку демократ – это тот, кто желает своему народу только самого хорошего.

У данной паремии есть ещё одна модификация, которая образовалась при помощи изменения структуры самой паремии, а также при помощи добавления концовки: **Hell isn't merely paved with good intentions; it's walled and roofed with them. Yes, and furnished too** (Рис. 137, Приложение).

Во-первых, в паремии наблюдается инверсия, во-вторых, в её структуру включён новый элемент «merely», а также добавлена концовка, в которой говорится, что дорога в ад *не только* вымощена благими намерениями, но обнесена стенами и крыта также ими. Далее в антипаремии в отдельном предложении сообщается о том, что эта дорога, помимо прочего, ещё и

обставлена благими намерениями. Юмористический эффект здесь достигается благодаря усилению смысла поговорки.

4. Keep your friends close and your enemies closer.

Трансформация данной поговорки имеет отношение к социальным сетям также, как и в предыдущем случае:

Keep your friends close and your enemies on limited profile (Рис. 138, Приложение).

Данная антипоговорка основана на том, что в некоторых соцсетях можно ограничивать доступ к своей странице, чему и будут подвержены враги, которых, согласно исходной поговорке, следует держать ещё ближе, чем друзей. Благодаря этому достигается юмористический эффект.

5. Never judge a book by its cover.

Первая антипоговорка – «*Don't judge a book by its movie* (Рис. 139, Приложение)» – образована путём изменения структуры исходной поговорки, а также изменения элемента (cover – movie). Юмористический (и даже поучительный) эффект достигается здесь благодаря тому, что фильм чаще всего снимают хуже книги: главные герои видоизменяются, сюжет трансформируется, появляется много неточностей. Поэтому автор антипоговорки призывает не судить книгу по фильму (который снят по ней).

Следующая трансформация (***I never judge a book by its cover, unless that book dresses like a total douchebag*** (Рис. 140, Приложение)) создана с использованием метода изменения структуры, а также добавления концовки. Комический эффект достигается здесь благодаря использованию нецензурной лексики (douchebag – придурок) и тому, в каком контексте употреблена эта лексика. В данном случае книге приписывается способность одеваться, а автор

сообщает, что не судит о книге по обложке, до тех пор, пока она не будет «одета как придурок».

Последняя антипаремия представляет собой противопоставление основной пословице: «**You can't judge a book by its cover. *Chuck Norris can!***» (Рис. 143, Приложение), ведь она делает оговорку о том, что только Чак Норрис может судить о книге по её обложке. Связано это с тем, что этот актёр является легендой боевиков, а про его неимоверную силу слагают шутки, которыми полон интернет. Данная трансформация образована при помощи добавления концовки.

2.10. Паремии об умении беречь то, что есть

В данном параграфе будут проанализированы трансформации паремий об умении довольствоваться тем, что есть, и ценить это.

1. A bird in the hand is worth two in the bush.

A bird in the *bush* is worth two in the *hand* (Рис. 141, Приложение).

Данная антипаремия образована при помощи механизма инверсии (перемена слов в исходной паремии), благодаря чему и достигается юмористический эффект.

A bird in the hand is worth two in the bush. *False. A bird in the hand is rare*

(Рис. 142, Приложение).

A bird in the hand is worth two in the bush. *False: a bird in the hand is worth approximately 2.64 birds in the bush according to recent studies* (Рис. 143, Приложение).

Обе данные антипаремии образованы присоединением к основному тексту дополнительной концовки. Юмористический эффект здесь достигается (в первом случае) противопоставлением значения паремии (птица в руке стоит двух в кустах) и утверждения о том, что птица в руке измучена, убита. Вторая антипаремия построена на выдуманном исследовании, которое отрицает смысл традиционной пословицы и приравнивает птицу в руке 2.64 птицам в кустах.

2. If it ain't broke, don't fix it.

Первая трансформация данной паремии – «*Normal people believe that if it ain't broke, don't fix it. Engineers believe that if it ain't broke, it doesn't have enough features yet* (Рис. 144, Приложение)» представляет собой умозаключение, состоящее из двух предложений, первое из которых содержит пословицу в неизменённом варианте, а второе – пословицу с изменённой второй частью. Юмористический эффект достигается здесь благодаря тому, что инженеры отделены от «нормальных» людей, и, вопреки пословице, считают, что если вещь не сломана, то в ней просто недостаточно элементов/частей.

Следующая модификация «*If it ain't broke fix it till it is* (Рис. 145, Приложение)» образована благодаря изменению второй части, являющейся полной противоположностью заменённой концовки. Если оригинальная паремия предлагает не чинить то, что не сломано, то в данном случае предлагается чинить то, что не сломано, пока оно не станет таковым. В этом и заключается юмористический эффект.

Антипаремия «*If it ain't broke don't break it* (Рис. 146, Приложение)» образована с помощью механизма замены второй части пословицы, которая, в отличие от оригинальной паремии (в которой запрещается *чинить* то, что не

сломано) не завуалированно, а напрямую сообщает: *не ломай* то, что не сломано.

Однако, несмотря на это изменение, смысл высказывания не меняется.

Трансформация **«If ain't broke don't fix it unless you're Keynesian. A shame he never had the pleasure of meeting my grandfather for this wisdom** (Рис. 147,

Приложение)» построена на идее учёного экономиста Дж.М. Кейнса

(Кейнсианство), создавшего теорию государственного

регулирования экономики. Экономика – система сложная, поэтому, прежде, чем предпринять какой – то шаг, который может причинить вред этой системе нужно ознакомиться со всеми особенностями данной системы (чем и занимался Дж.М.

Кейнс).

Юмористический эффект же в антипаремии достигнут благодаря тому, что авторство её приписывается дедушке говорящего, которого, к сожалению, не удалось встретить Кейнсу.

Следующая антипаремия – **««If it ain't broke, don't fix it», is the slogan of the complacent, the arrogant or the scared. It's an excuse for inaction, a call to nonarms** (Рис. 148, Приложение)» – называет исходную пословицу девизом для тех, кто остановился на достигнутом, кто боится предпринимать какие-то действия; пословица называется оправданием бездействию, а также призывом к отказу от оружия. В конце мы видим положительную характеристику данной паремии, контрастирующую с остальными.

Выводы по второй главе

Вторую главу нашего исследования составляют 160 трансформаций 34 паремий, собранных на основе мемов и рекламных слоганов.

Мем – это единица культурного смысла, распространяемая от одного человека к другому человеку. Он может быть представлен напеваемой из дня в день мелодией, вспомнившимся вдруг изображением, шуткой, названием торгового бренда и др.

На сегодняшний день средой, где можно найти наибольшее число мемов, является интернет. Люди обмениваются мемами в социальных сетях, чтобы развлечь друг друга, передать информацию, спровоцировать, а в некоторых случаях даже оскорбить.

Антипаремии, представленные в мемах, могут сопровождаться изображениями (примеры которых приведены в Приложении).

Анализируя антипаремии, представленные в мемах, а также в рекламных слоганах, мы пользовались методами, представленными А. Т. Ливоткиной:

- замещение одного слова;
- замещение двух и более слов;
- изменение второй части пословицы;
- добавление дополнительной концовки;
- добавление буквального толкования;
- игра слов;
- повторение слов;
- объединение двух пословиц; □ перемена порядка слов.

Самым частоупотребимым методом из приведённых оказался метод добавления концовки, самым редкоупотребимым – добавление буквального толкования.

№ п/п	Метод образования антипаремии	Количество единиц
1	Добавление дополнительной концовки	64
2	Замещение одного слова	37
3	Изменение второй части пословицы	31
4	Перемена порядка слов	3
5	Добавление буквального толкования	1

Таблица 1

Помимо приведённых в таблице методов образования антипаремий (предложенных А. Т. Ливоткиной), нами также были выявлены следующие способы трансформации паремий:

- добавление нового элемента – 2 единицы;
- смешанный метод (состоящий из двух и более методов) – 21 единица.

Большинство антипаремий (87 единиц) имели юмористический оттенок, и имели своей целью развеселить читателя; 4 единицы были созданы с целью рекламы тех или иных товаров/услуг; остальные 69 единиц либо имели нейтральный характер, либо имели своей целью замотивировать читателя, либо представляли собой инструкцию, как вести себя в той или иной ситуации (то есть имели поучительный характер).

Заключение

Целью нашего исследования было выявление тенденции английских пословиц и поговорок к трансформации на примере мемов.

Для достижения данной цели нами был решён ряд задач:

- изучить особенности фразеологии как науки;
- изучить классификацию фразеологических единиц;
- рассмотреть различные подходы к трактовке терминов «пословица», «поговорка», «паремия»;
- изучить подходы к трактовке термина «антипаремия»;
- изучить способы трансформации паремий;
- изучить основные методы исследования фразеологии;
- рассмотреть использование антипаремий в практике преподавания;
- обусловить понятие «мем»;
- проанализировать трансформации паремий английского языка.

Для решения приведённых задач нами были изучены работы таких исследователей в области фразеологии, как Н. Н. Амосова, И. В. Арнольд, А. В. Кунин, А. И. Смирницкий, Л. П. Смит, В. Н. Телия, Н. М. Шанский и др.

В ходе работы мы выяснили, что совокупность фразеологических единиц изучаемого языка и особенности этих единиц исследует такая наука, как фразеология.

Также мы выяснили, в чём заключается различие между понятиями «пословица», «поговорка», «паремия»:

пословица – краткое, образное, ритмически и грамматически организованное изречение поучительного характера, в котором закреплён практический опыт народа, его взгляд на те или иные жизненные явления; поговорка – краткое, устойчивое в речи изречение, которое определяет то или иное жизненное явление, событие с точки зрения его эмоциональноэкспрессивной оценки; паремия – устойчивая фразеологическая единица, которая представляет собой целостное предложение дидактического содержания (в отличие от пословиц и поговорок, которые могут представлять собой словосочетания).

Стоит также отметить, что в современной лингвистике понятия «пословица» и «поговорка» разделять становится нецелесообразным и для их обозначения всё чаще используется термин «паремия».

Язык – система динамическая, следовательно, все его элементы подвергаются изменениям. Подстраиваясь под эти изменения, фразеологические единицы трансформируются, приобретая новые формы (антипословица, антипаремия), которые используются при описании новых ситуаций и явлений, характерных для данного периода развития общества.

Антипаремия – трансформация привычной паремии с целью создания юмористического эффекта.

Как показывает опыт, эти трансформации могут использоваться не только в качестве юмористических единиц языка, но и нести поучительную функцию. Антипаремии также могут сделать процесс изучения английского языка более интересным, замотивированным.

Анализируя трансформации паремий по методу А. Т. Ливоткиной, нам удалось выяснить, что чаще всего они образуются путём добавления нового окончания к уже существующей паремии.

Также мы увидели, что чаще всего антипаремии формируются с целью создания юмористического, иронического или парадоксального эффекта.

Библиографический список

1. Амосова Н. Н. Основы английской фразеологии. — Л.: Изд-во Ленинградского университета, 1963. — 208 с.
2. Аппоев А. К. Вербализация жизненного опыта социума в паремиях // Вестник Челябинского государственного университета. — 2012. — № 13. — С. 5-7.
3. Архангельский В. Л. Устойчивые фразы в современном русском языке. — Ростов-на-Дону: РГУ, 1964. — 315 с.
4. Ахметзянова Ф. И. Элементы устного народного творчества на уроках английского языка. — Казань: Общество с ограниченной ответственностью «Издательство Молодой ученый», 2015. — №18 — С. 510-512.
5. Берсеньева К. Г. Русские пословицы и поговорки — М.: Центрполиграф, 2010 — 250 с.
6. Виноградов В. В. Избранные труды. Лексикология и лексикография.

— М.: Наука, 2001. — С. 185-190.

7. Воскресенская Т. Л. Воспитательная роль пословиц и поговорок на уроках английского языка. — Уфа: Общество с ограниченной ответственностью «Агентство международных исследований», 2016. — С. 52-54.

8. Гаврин С. Г. Фразеология современного русского языка: Учеб. пособие по спецкурсу для филологов. — Пермь: Перм. гос. пед. ин-т, 1974. — 269 с.

9. Добровольский Д. О. Основы структурно-типологического анализа фразеологии современных германских языков (на материале немецкого, английского и нидерландского языков): автореферат диссертации доктора филологических наук. — М., 1990. — 41 с.

10. Ибрагимова И. И., Мухаметшина А. И. Семантика фразеологических единиц, сравнительно в английском и русском языках. — Тольятти:

Некоммерческое партнерство «Институт направленного образования», 2016. — С. 134-140.

11. Исхакова В. Н. Использование пословиц и поговорок в обучении английскому языку в школе [Электронный ресурс] — Режим доступа:

<https://nsportal.ru/shkola/inostrannye-yazyki/library/2012/03/23/ispolzovanieposlovits-i-pogovorok-v-obuchenii>. — Дата последнего обращения 22. 03. 2018.

12. Кацюба Л. Б. Определение паремии (лингвистический аспект дефиниции) // Вестник Южно-Уральского государственного университета. — Челябинск: Изд-во Южно-Уральского государственного университета, 2013 — С. 65-67.

13. Кириллова А. В. English Phraseology. Учебное пособие по лексикологии английского языка — М.: Изд-во Государственного гуманитарнотехнологического университета, 2016. — С. 38-49.

14. Копыленко М. М., Попова З. Д. Очерки по общей фразеологии. Проблемы, методы, опыты. — Воронеж: Изд-во Воронежского ун-та, 1990. — 35 с.
15. Куанышбекова Д. А. Принципы классификации пословиц и поговорок английского и русского языков [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://www.scienceforum.ru/2013/337/6135>. — Дата последнего обращения 14. 03. 2018
16. Кунин А. В. Курс фразеологии современного английского языка/ Учебник для ин-тов и фак. иностр. яз. — 2-е изд. — М.: Высшая школа, Дубна: Феникс, 1996. — 381 с.
17. Кунин А. В. Теория фразеологии Шарля Балли: ИЯШ– М.: Наука, 1966. — 99 с.
18. Лагута О. Н. Учебный словарь стилистических терминов: Учебное пособие. — Новосибирск: Новосибирский гос. ун-т, 1999. — 71 с.
19. Литвинов П. П. Фразеология. — М.: Примстрой, 2001. — 182 с.
20. Пермяков Г. Л. Основы структурной паремологии. — М.: Наука, 1988. — 236 с.
21. Раадранириана А. М. М. Представление феномена антипаремии в русском, французском и малагасийском языках. — Вестник РУДН, 2017. — № 4. — С. 975-984.
22. Рендоренко И. В. Возможности использования пословиц и поговорок как средство развития лексических навыков учащихся на старшей ступени обучения английскому языку [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://infourok.ru/vozmozhnosti-ispolzovaniya-poslovic-i-pogovorok-kaksredstvo-razvitiya-leksicheskikh-navikov-uchaschihsya-na-starshey-stupeni-obu-2099434.html>. — Дата последнего обращения 24. 04. 2018.

23. Романов А. С., Осипова И. А. Английская фразеология как объект лингвистических исследований. — Чебоксары: Центр научного сотрудничества «Интерактив плюс», 2017. — С. 372 - 375

24. Федуленкова Т. Н. Сопоставительная фразеология английского, немецкого и шведского языков [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://monographies.ru/ru/book/view?id=152>. — Дата последнего обращения 14.

02. 2018.

25. Ярмиева Ф. М. Работа с пословицами на уроках английского языка. — МОБУ СОШ с. Кенгер-Менеуз, 2015. — С. 25-26

26. Arewa E. O., Dundes A. Proverbs and the Ethnography of Speaking Folklore // American Anthropologist, 1964. — P. 70-85.

27. Barker S. Good Things Come in Small Groups: The Dynamics of Good Group Life. — InterVarsity Press, 1985. — 188 p.

28. Doyle C. C., Mieder W., Shapiro F. The Dictionary of Modern Proverbs. — New Haven: Yale University Press, 2012 — 294 p.

29. Esar E. The humor of humor: the art and techniques of popular comedy. — New York: Bramhall House, 1952. — 286 p.

30. Litovkina A. T. Old proverbs cannot die: they just fade into parody: Anglo-American anti-proverbs: Dissertation for habilitation. — Budapest: ELTE, 2005.

31. Litovkina A. T., Mieder W. Old proverbs never die, they just diversify: A collection of anti-proverbs. — Burlington: The University of Vermont, 2006.

32. Litovkina A. T., Mieder W. Twisted Wisdom: Modern Anti-proverbs. — University of Vermont, 2002 — 260 p.

33. Mac Coinnigh M. Structural Aspects of Proverbs. — Warsaw: De Gruyter Open, 2014 — P. 112-132.

34. Mandziuk J. A proverb a day keeps boredom away. Anti-proverbs, twisted proverbs, perverbs and other animals. — Lublin: Maria Curie-Sklodowska University (UMCS), 2017. — 30 p.

35. Mieder W. Proverbs: A Handbook. — Greenwood Publishing Group, 2004 — 304 p.

Список лексикографических источников

36. Азимов Э. Г., Щукин А. Н. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам). — М.: ИКАР, 2009. — 448 с.

37. Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка. Часть 3. П — М.: О-во любителей рос. словесности, учр. при Импер. Моск. ун-те, 1865. — 508 с.

38. Ефремова Т. Ф. Толковый словарь [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://efremova-online.ru>. — Дата последнего обращения 22. 03. 2018.

39. Ильичёв Л. Ф., Федосеев П. Н. и др. Философский энциклопедический словарь. — М.: Советская энциклопедия, 1983. — 840 с.

40. Ладыженская Т. А. Педагогическое речеведение. Словарьсправочник. — М.: Флинта, Наука, 1998. — 312 с.

41. Прохоров А. М. Большой энциклопедический словарь. — М.: Советская энциклопедия, 1993. — 1632 с.

42. Радченко И. А. Учебный словарь терминов рекламы и паблик рилейшенз / Под ред. Е. Е. Топильской. — Воронеж: ВФ МГЭИ, 2007. — 114 с.

43. Шабанова Н. А. Словарь литературоведческих терминов — Республика Коми: Инта, 2008.

44. Ярцева В. Н. Лингвистический энциклопедический словарь. — М.: Советская энциклопедия, 1990. — 682 с.

Список источников материала

45. Словарь гостиничных и туристических терминов [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.mambara.com>. — Дата последнего обращения 03.05.2018.

46. <https://whatismyipaddress.com/localhost> [Электронный ресурс] — Дата последнего обращения 03. 05. 2018.

47. <https://dictionary.cambridge.org> [Электронный ресурс] — Дата последнего обращения 03.05.2018.

48. http://fallout.wikia.com/wiki/Home_Plate [Электронный ресурс] — Дата последнего обращения 03.05.2018.

49. <http://nomdforme.com> [Электронный ресурс] — Дата последнего обращения 03.05.2018.

50. <http://economic-definition.com> [Электронный ресурс] — Дата последнего обращения 03.05.2018.

51. <https://www.librarycat.org> [Электронный ресурс] — Дата последнего обращения 03.05.2018.

52. <http://www.instructables.com/id/Faux-bacon-fail/> [Электронный ресурс] — Дата последнего обращения 08.05.2018.

53. <https://munchies.vice.com> [Электронный ресурс] — Дата последнего обращения 05.04.2018.

54. <https://www.thekitchn.com> [Электронный ресурс] — Дата последнего обращения 07.04.2018.

55. <http://context.reverso.net> [Электронный ресурс] — Дата последнего обращения 03.05.2018.

56. https://www.iv.ru/person/chak_norris [Электронный ресурс] — Дата последнего обращения 03.04.2018.

57. <http://www.azquotes.com> [Электронный ресурс] — Дата последнего обращения 05. 05. 2018.

58. <https://themastercleanse.org> [Электронный ресурс] — Дата последнего обращения 05. 05. 2018.

Приложение



Рисунок 1



Рисунок 2



Рисунок 3



Рисунок 4

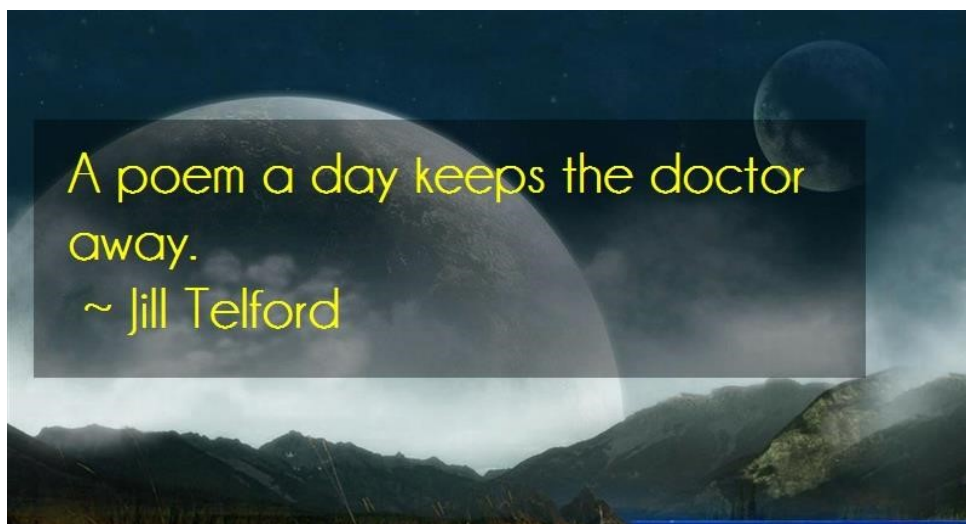


Рисунок 5

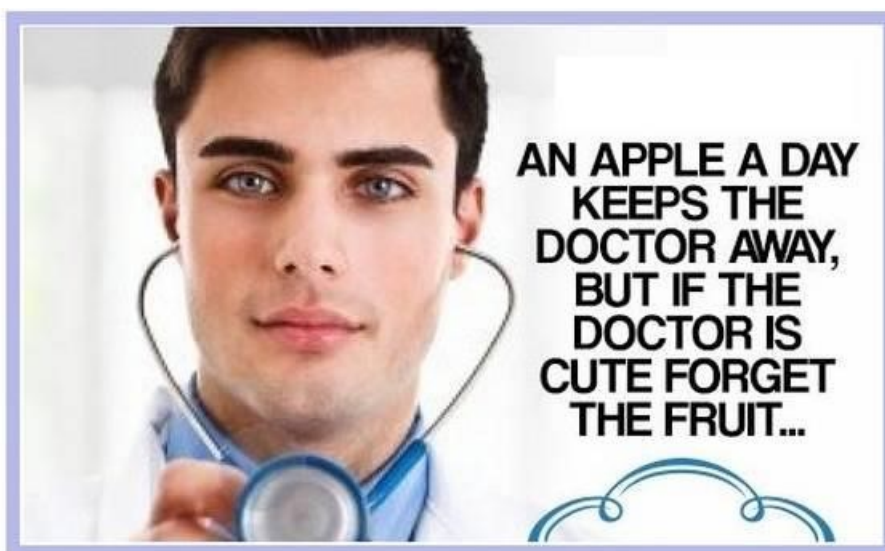


Рисунок 6

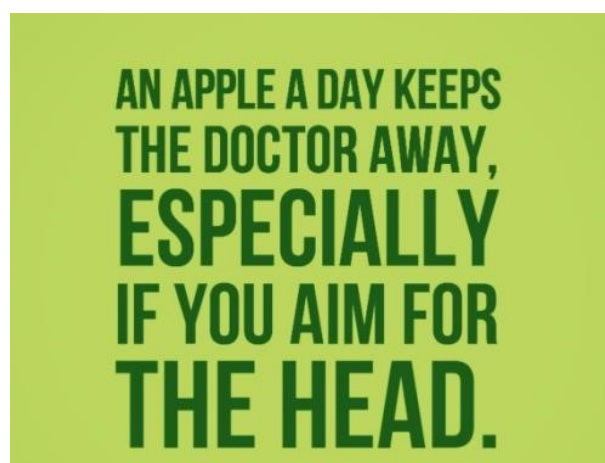


Рисунок 7

**"HISTORY REPEATS ITSELF. HISTORIANS
REPEAT EACH OTHER."**

PHILIP GUEDALLA

Рисунок 8



Рисунок 9

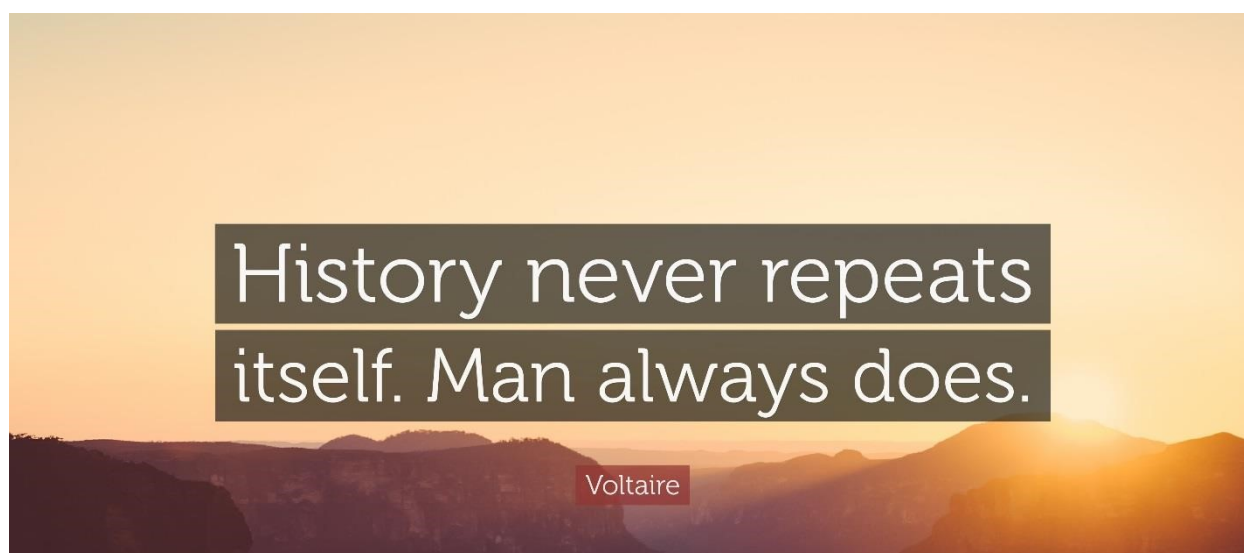


Рисунок 10

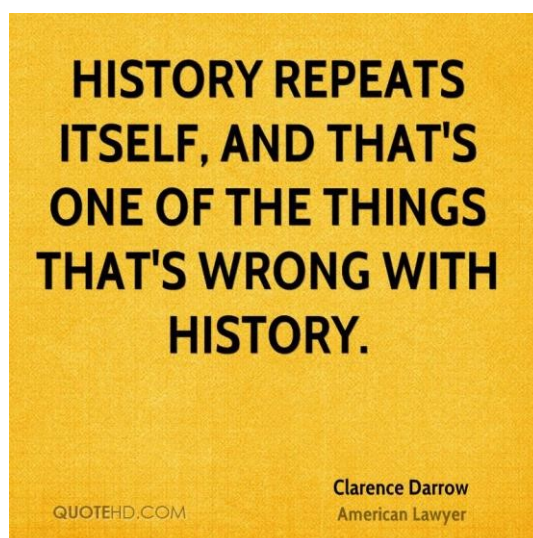


Рисунок 11

**"IF HISTORY IS GOING TO REPEAT ITSELF I
SHOULD THINK WE CAN EXPECT THE SAME
THING AGAIN."**

TERRY VENABLES

Рисунок 12

**" If history repeats
itself, and the
unexpected always
happens, how
INCAPABLE
must Man be
of LEARNING from
experience. "**

George Bernard Shaw

Рисунок 13

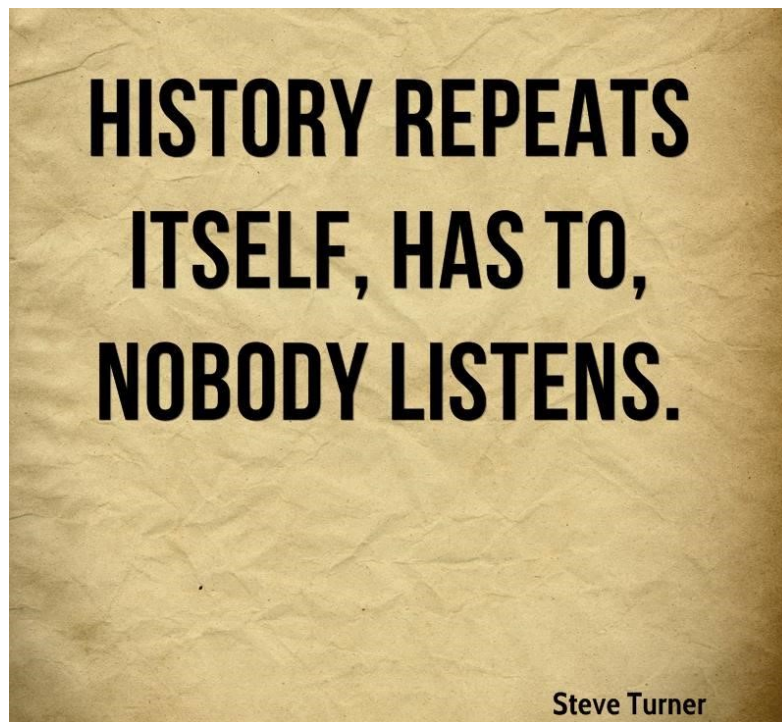


Рисунок 14



Рисунок 15

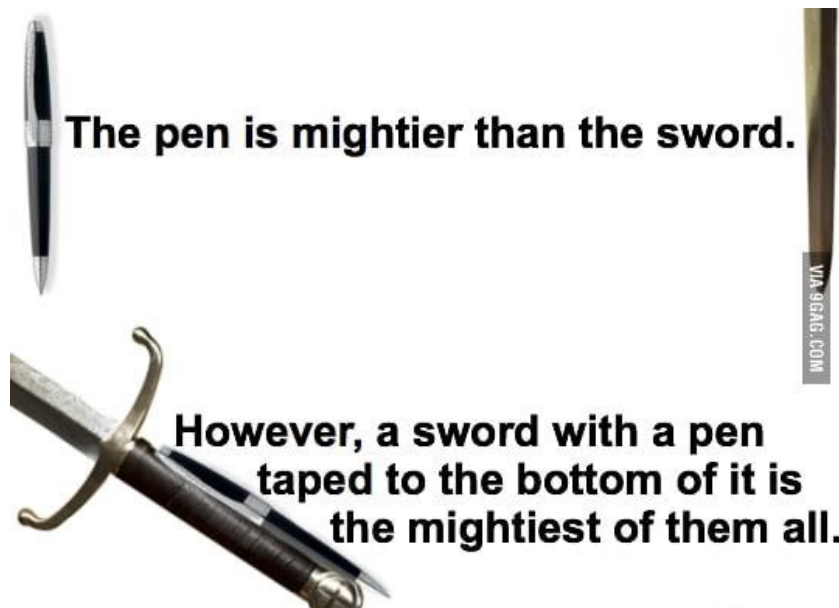


Рисунок 16



Рисунок 17

“The pen is mightier than the sword, and considerably easier to write with.”

Marty Feldman

Рисунок 18

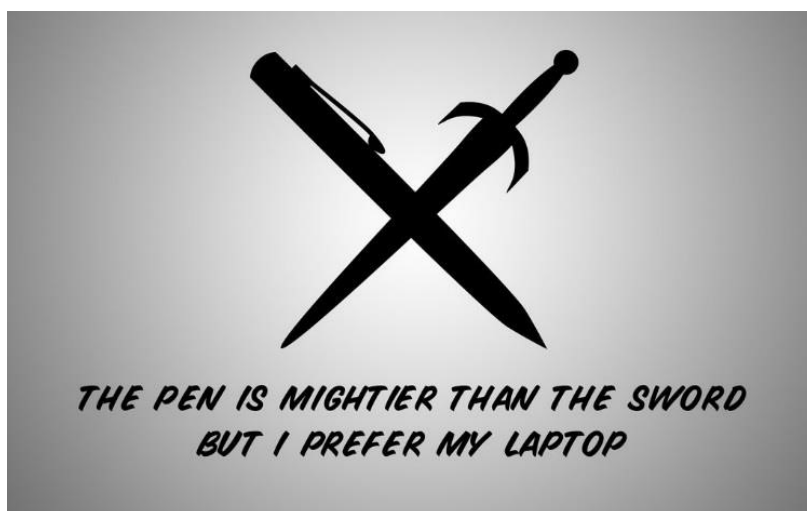


Рисунок 19

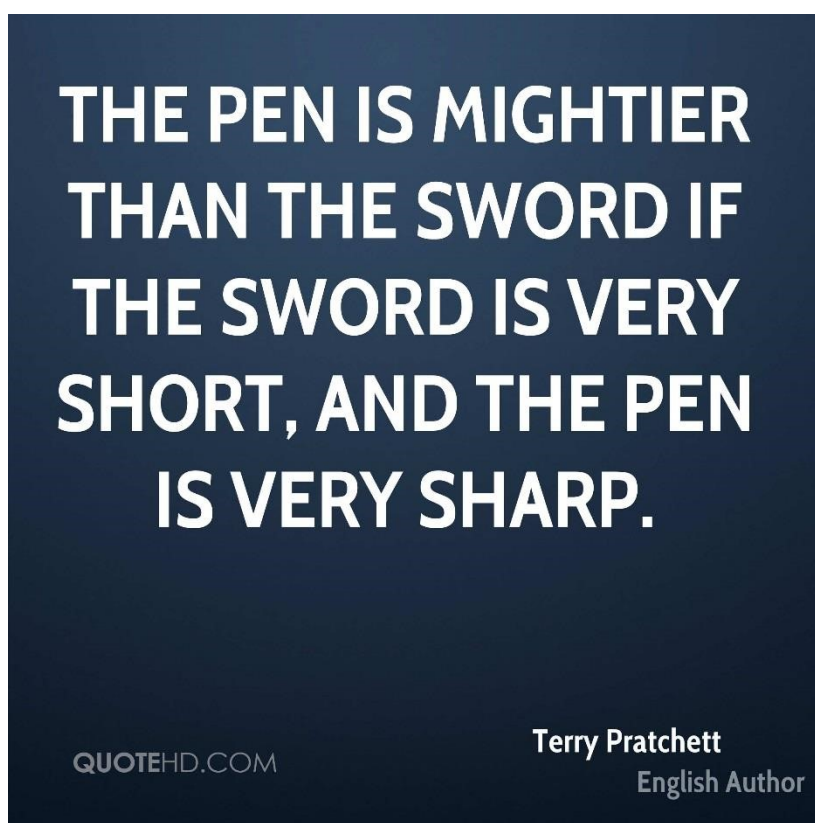
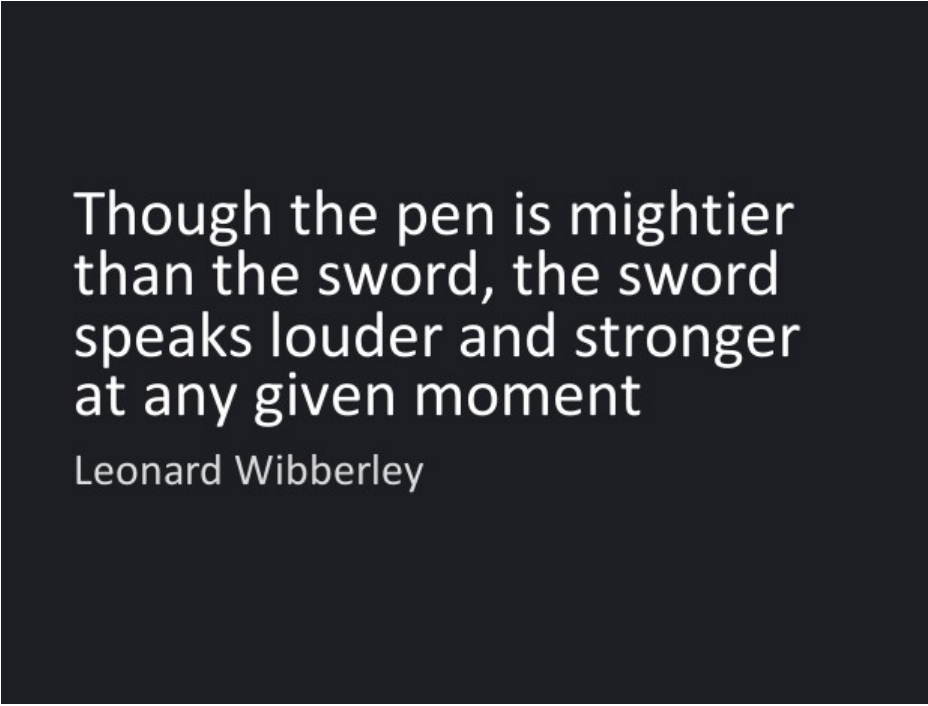


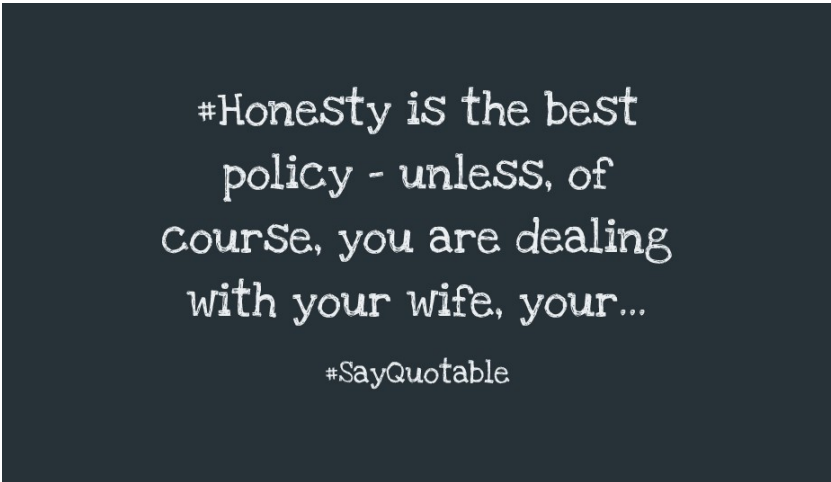
Рисунок 20



Though the pen is mightier
than the sword, the sword
speaks louder and stronger
at any given moment

Leonard Wibberley

Рисунок 21



#Honesty is the best
policy - unless, of
course, you are dealing
with your wife, your...

#SayQuotable

Рисунок 22

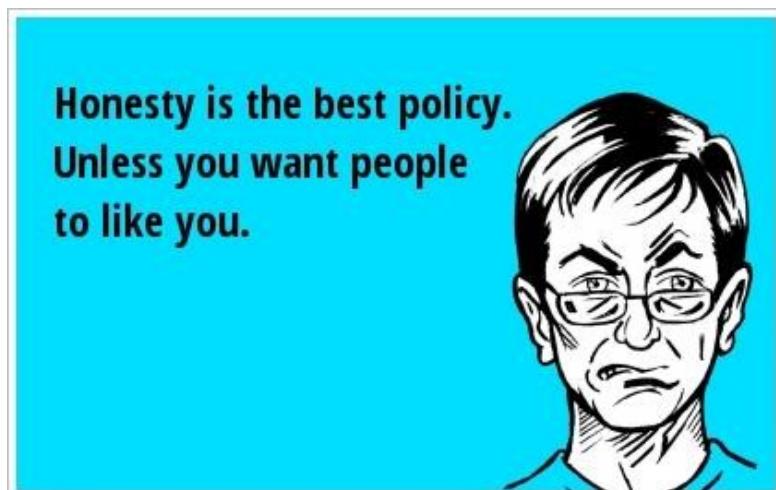


Рисунок 23



Рисунок 24

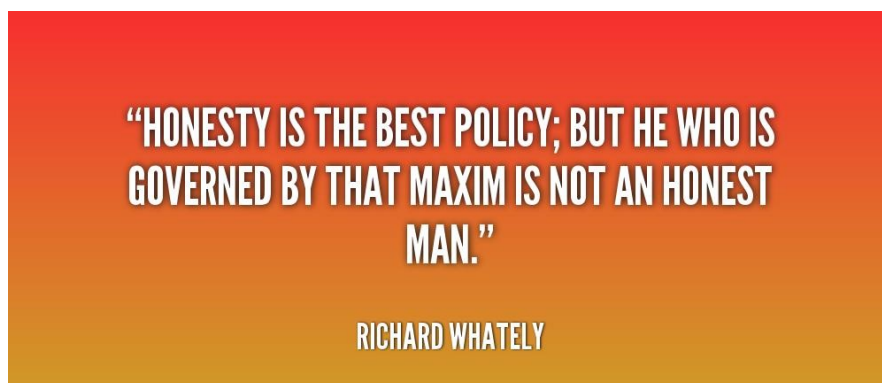


Рисунок 25

Honesty is the best
policy --- "when there is
money in it".
Mark Twain

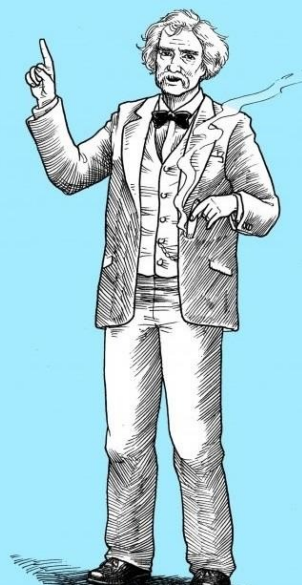


Рисунок 26

"It's better to have
loved and lost than to
live with a psycho for
the rest of your life."



More Laughs
ShutUpImTalking.com

Рисунок 27



Рисунок 28



"Better to have loved chocolate and lost a diet than to have not loved chocolate at all..."

Рисунок 29



Рисунок 30



Рисунок 31



Рисунок 32

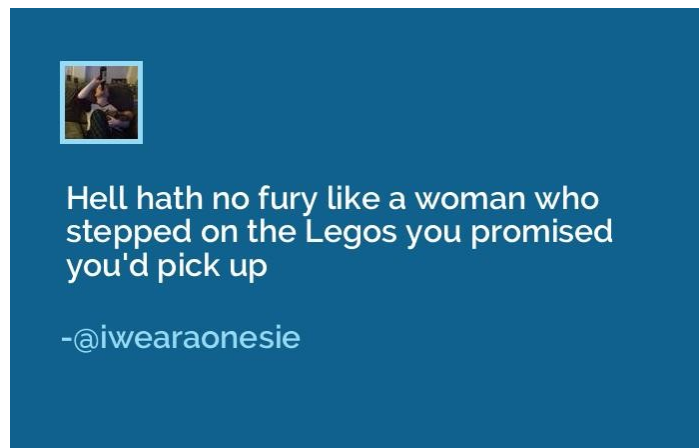


Рисунок 33

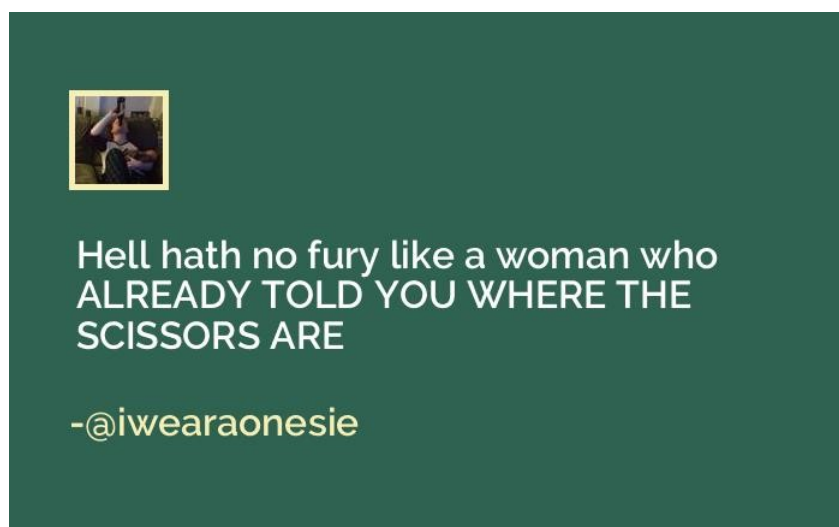


Рисунок 34

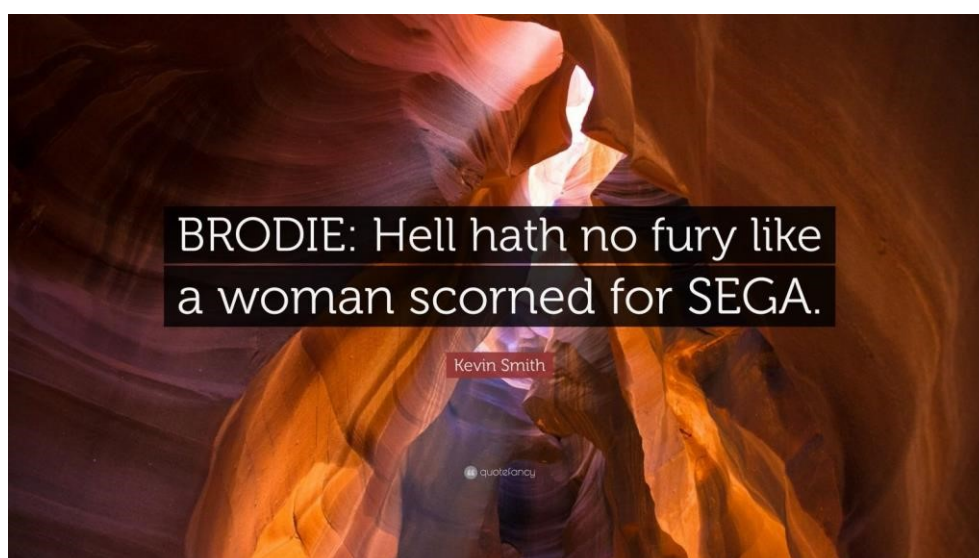


Рисунок 35



Рисунок 36

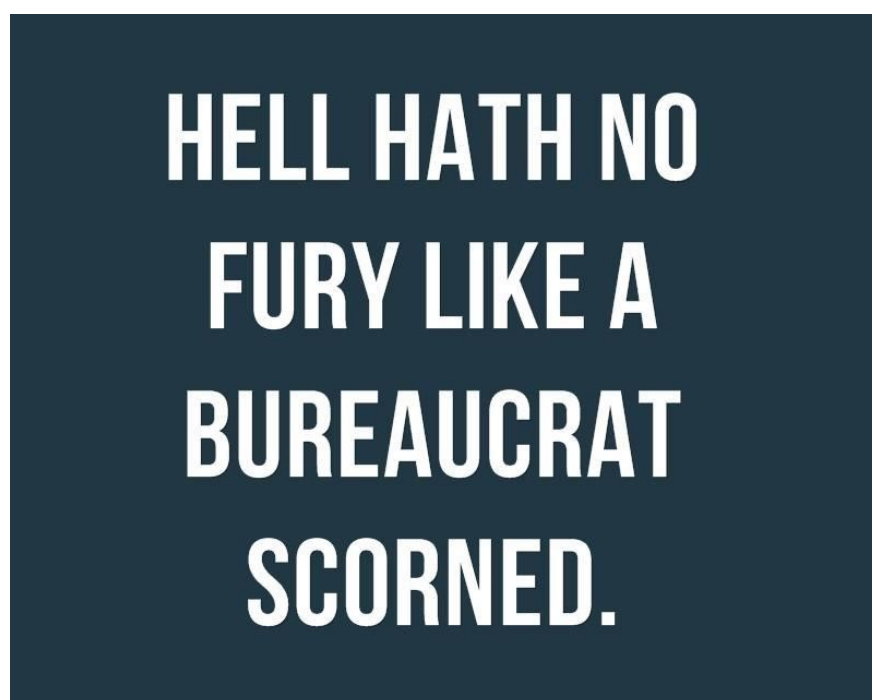


Рисунок 37



Рисунок 38

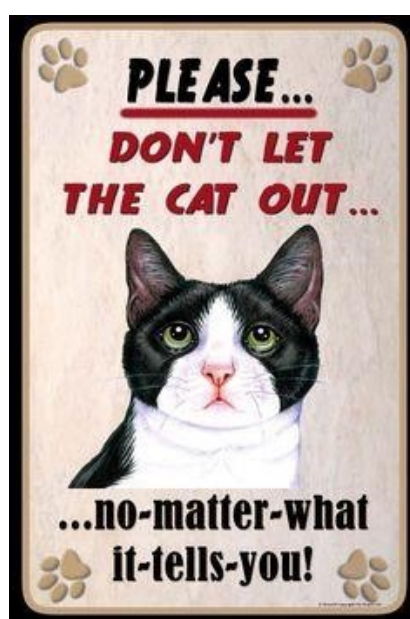


Рисунок 39

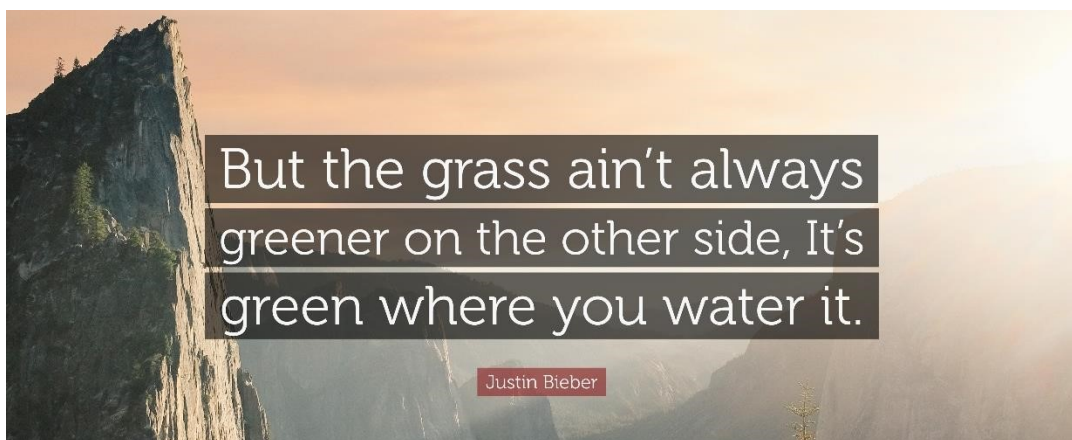


Рисунок 40

When the grass looks greener on the other side of the fence, it may be that they take better care of it there.

(Cecil Selig)

Рисунок 41



But the grass ain't always greener on the other side, It's green where you water it.

Justin Bieber

Рисунок 42

**They say the grass is
always greener
on the other side.**

**Most people assume
it means the other side
of some fence.**

**But could they be saying
the "other side" meaning
after death?**

Рисунок 43

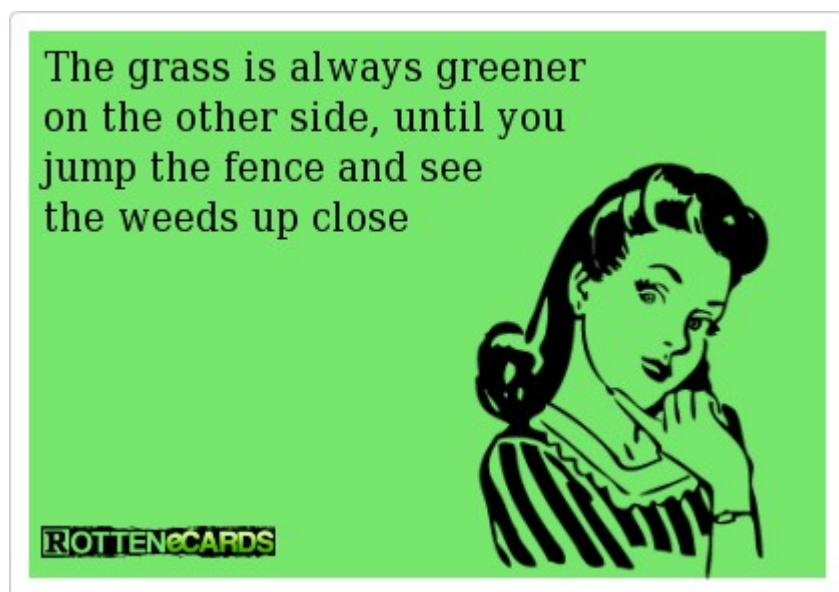


Рисунок 44

People who count their chickens
before they are hatched act very
wisely because chickens run
about so absurdly that it's
impossible to count them
accurately.

Oscar Wilde

Рисунок 45

I count absolutely no chickens before they're hatched. In fact, I assume they're all dead in their shells, inside their eggs.

Jay Baruchel

Рисунок 46



Рисунок 47

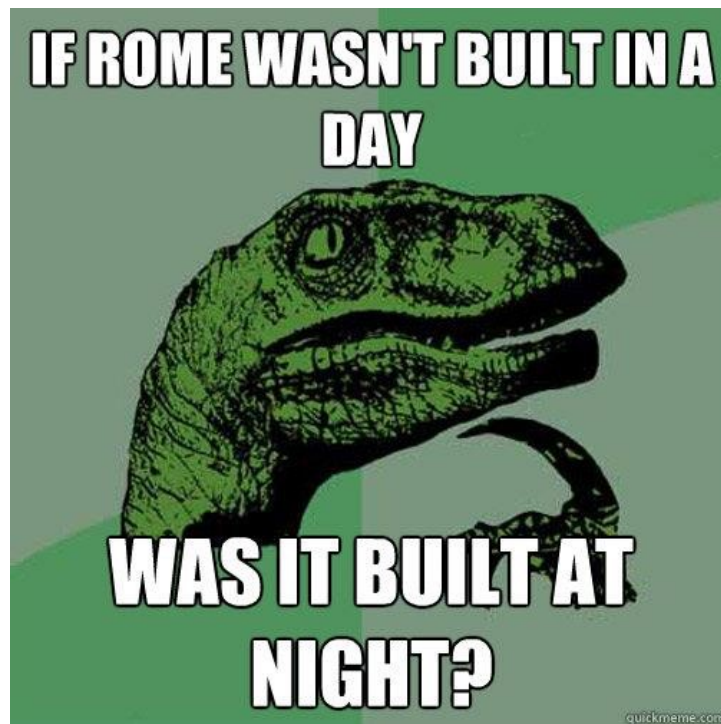


Рисунок 48



Рисунок 49

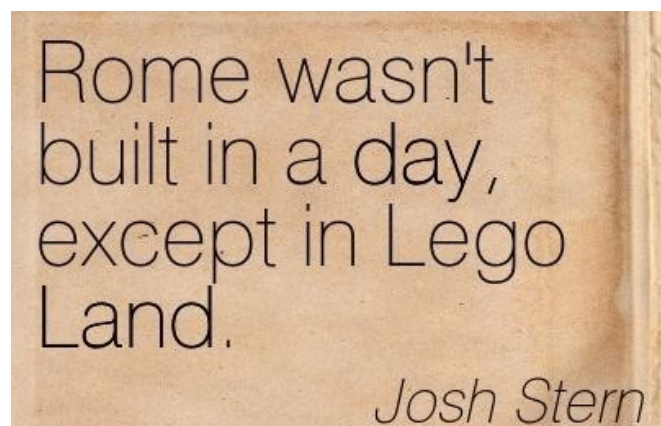


Рисунок 50

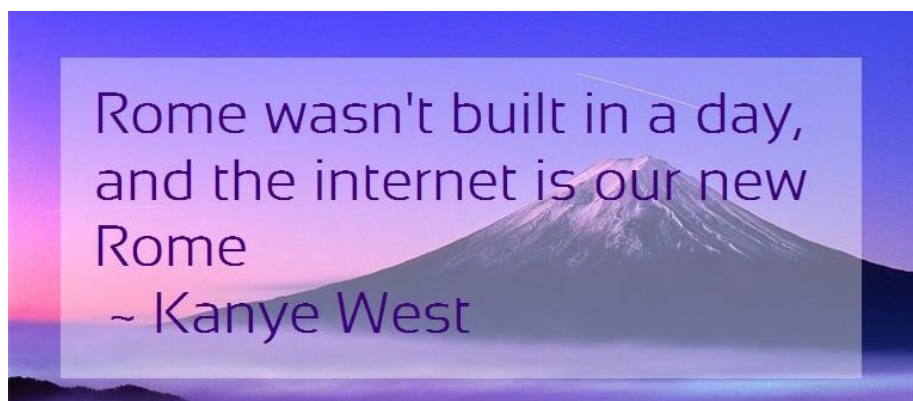


Рисунок 51



Рисунок 52



Рисунок 53

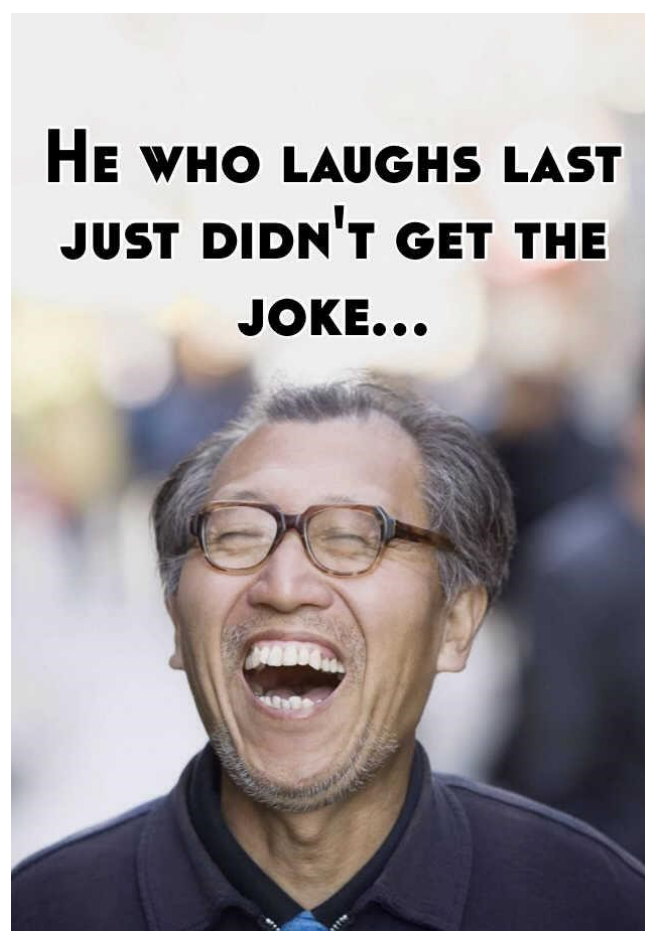


Рисунок 54

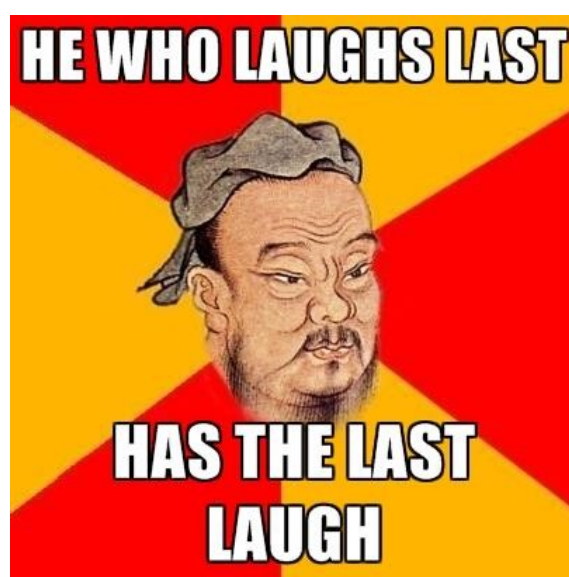


Рисунок 55



Рисунок 56



Рисунок 57

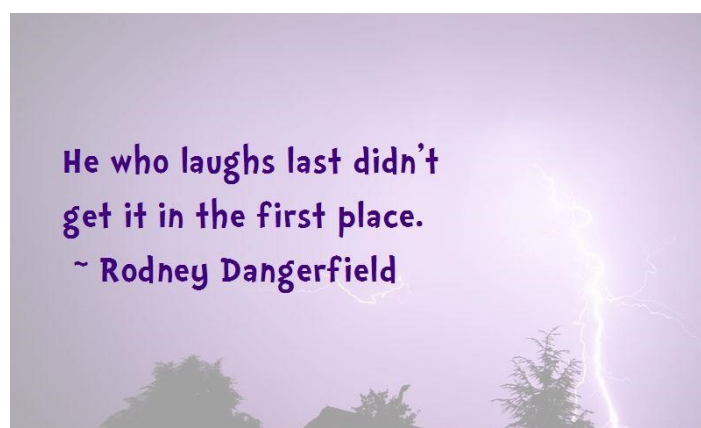


Рисунок 58

He who laughs first
has the dirtiest mind.
He who laughs last
obviously didn't get
the joke.



Рисунок 59

"He who laughs last gets the
first laugh after the guy who
laugh before him. And if he
laugh that time then imagine
how good the laugh will be
when you last laugh last."

- Michael Kyle in "My Wife and Kids"



Рисунок 60

REMEMBER WHEN...



**MY MOMMA
USED TO SAY:**

**HE WHO LAUGHS
LAST, LAUGHS...**

- A LOUDEST**
- B LONGEST**
- C LIKE A
DONKEY**



Рисунок 61



Рисунок 62

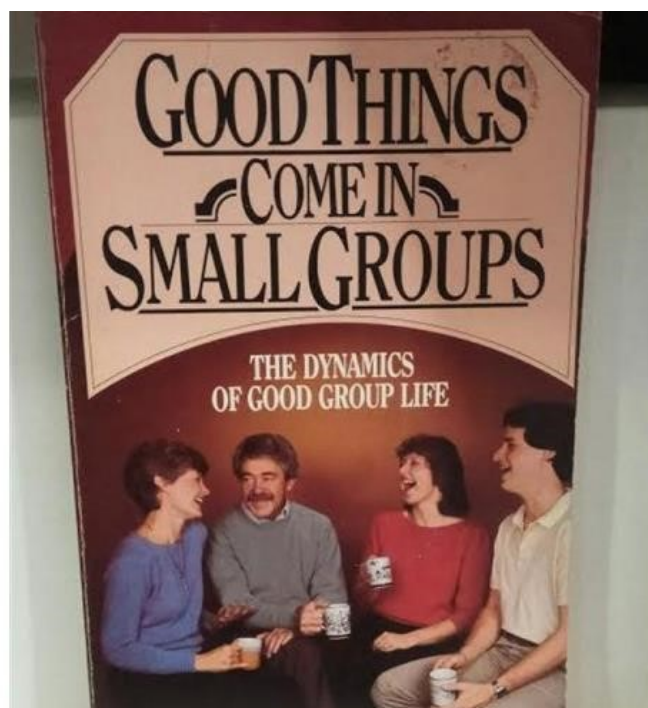


Рисунок 63



Рисунок 64



Рисунок 65



66

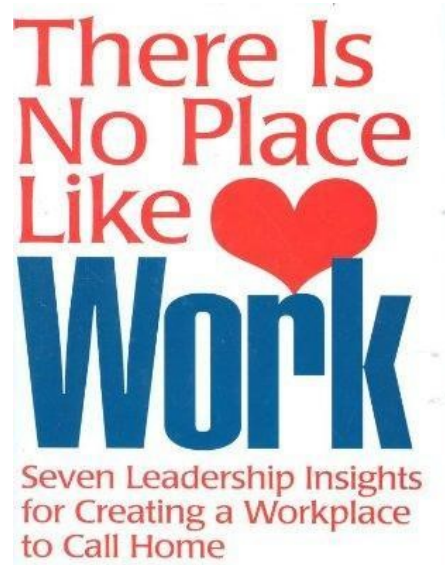


Рисунок 67



Рисунок 68

Рисунок



69



Рисунок 70

Рисунок



Рисунок 71



72

Рисунок



Рисунок 73

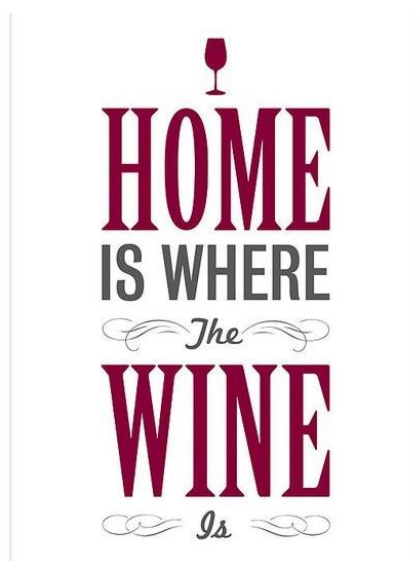


Рисунок 74

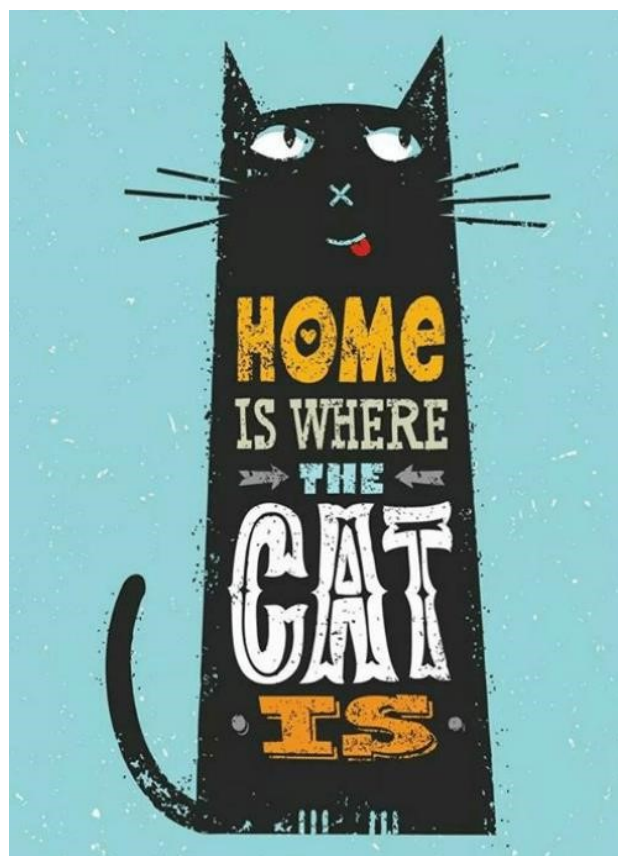


Рисунок 75



Рисунок 76



Рисунок 77

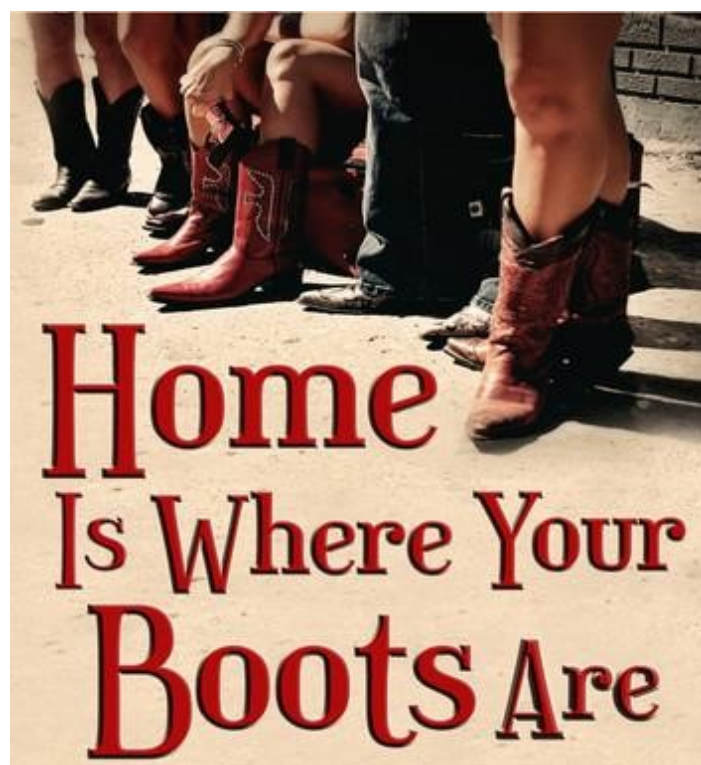


Рисунок 78



Рисунок 79



Рисунок 80

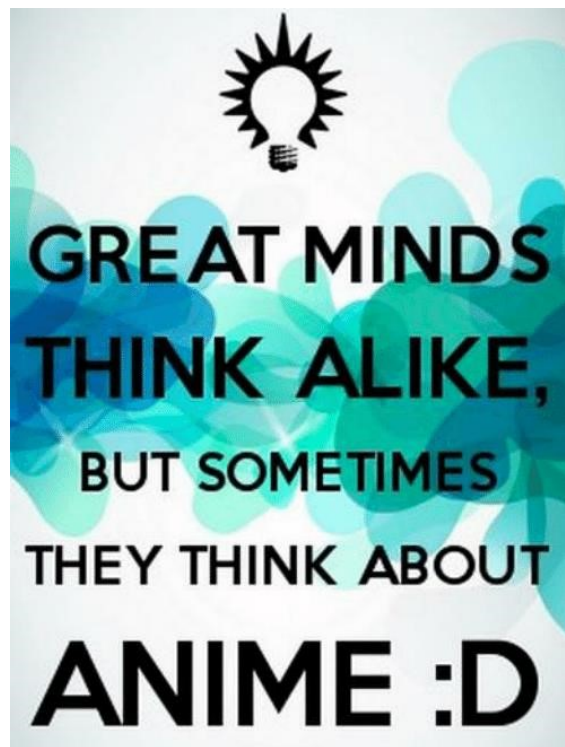


Рисунок 81



Рисунок 82

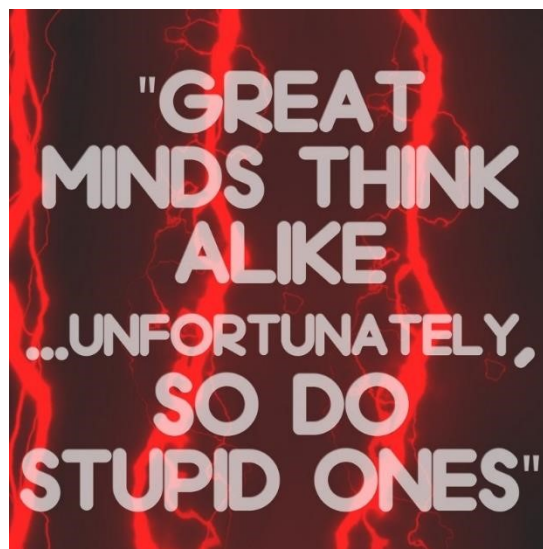


Рисунок 83



Рисунок 84

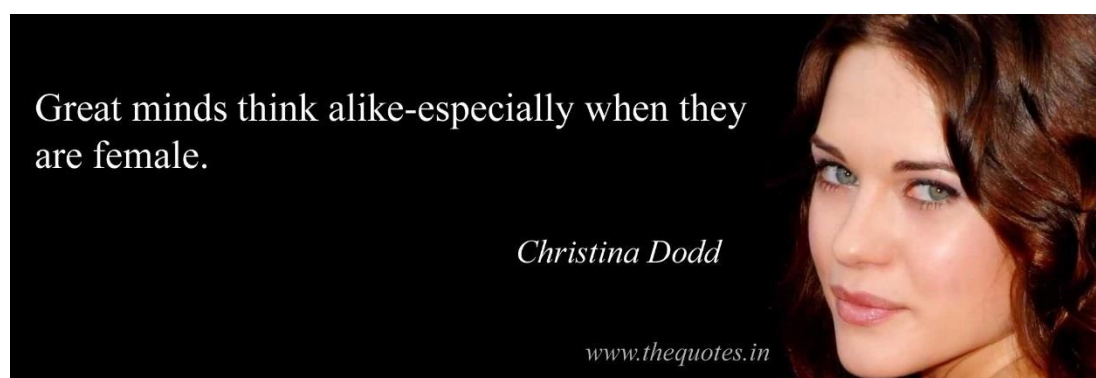


Рисунок 85



Рисунок 86



Рисунок 87



Рисунок 88

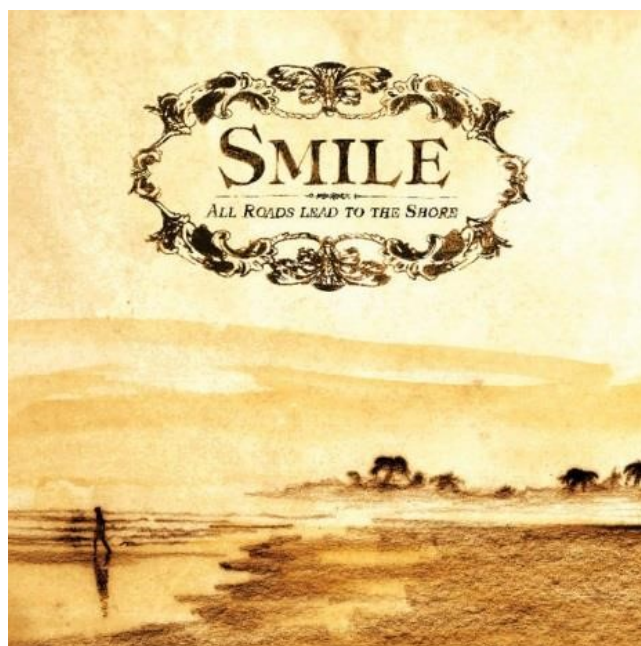


Рисунок 89



Рисунок 90



Рисунок 91



Рисунок 92

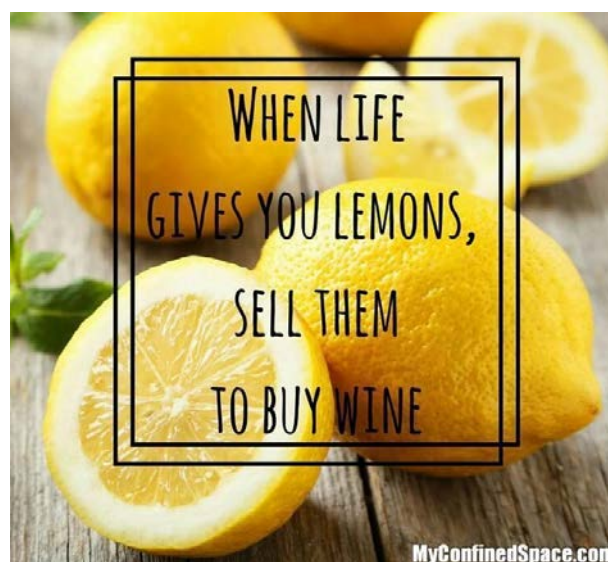


Рисунок 93

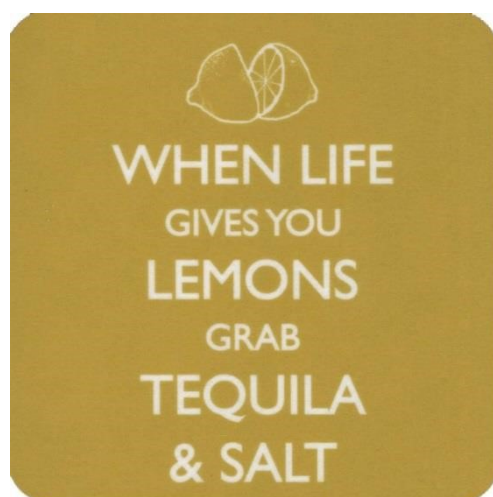


Рисунок 94



Рисунок 95

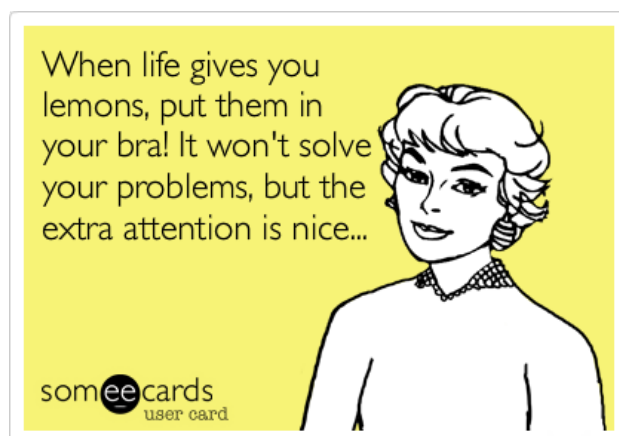


Рисунок 96

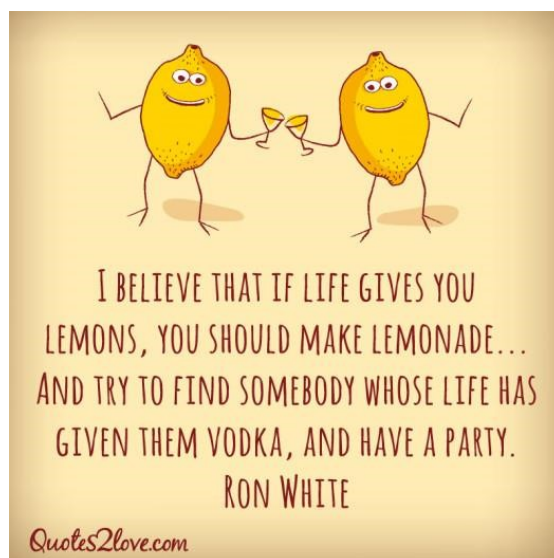


Рисунок 97



Рисунок 98

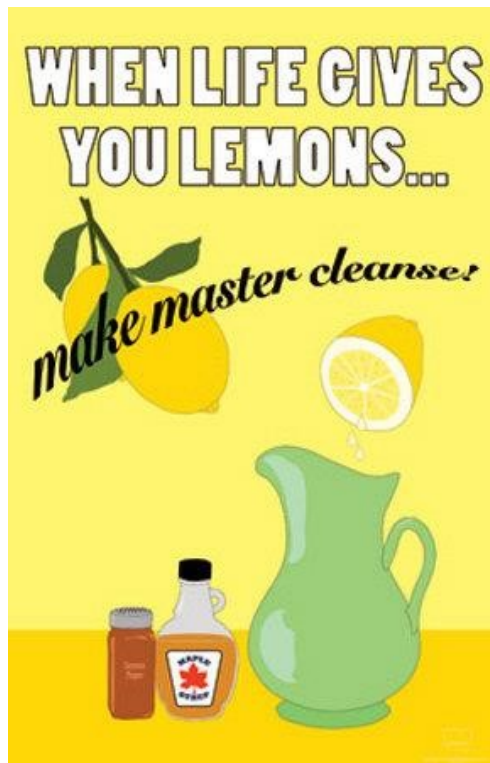


Рисунок 99

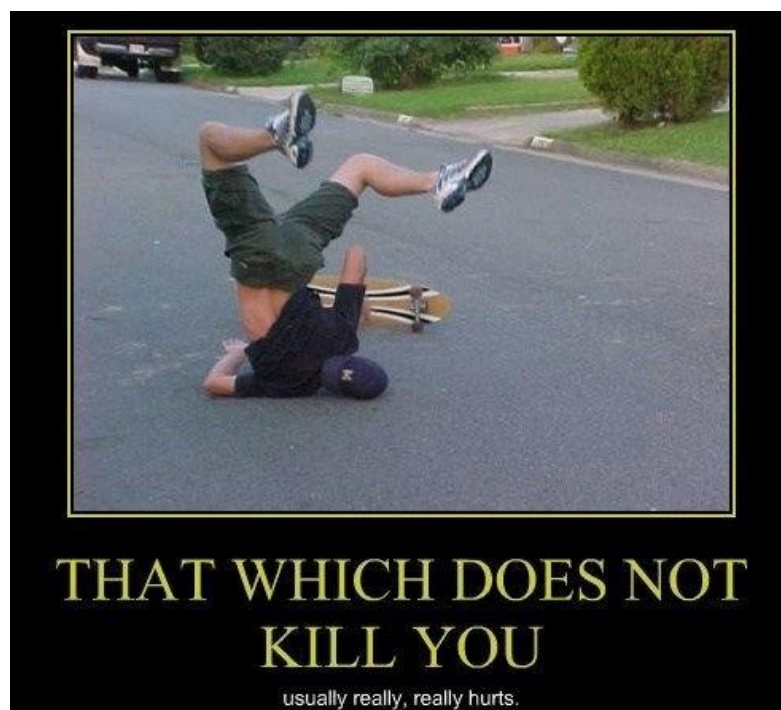


Рисунок 100

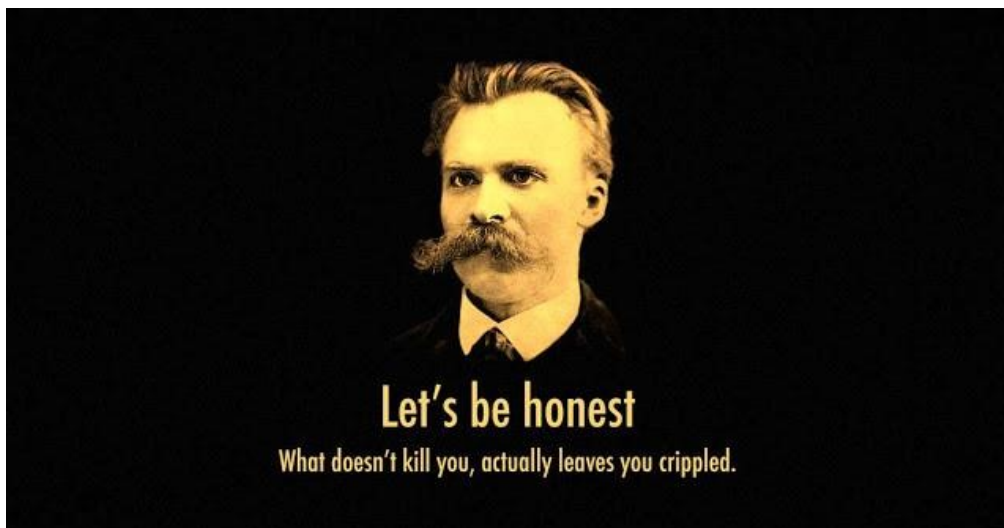


Рисунок 101



Рисунок 102



Рисунок 103

That which does not kill us
has to get up extra early in
the morning if it wants to get
us next time.

Ben Aaronovitch

Рисунок 104



Рисунок 105

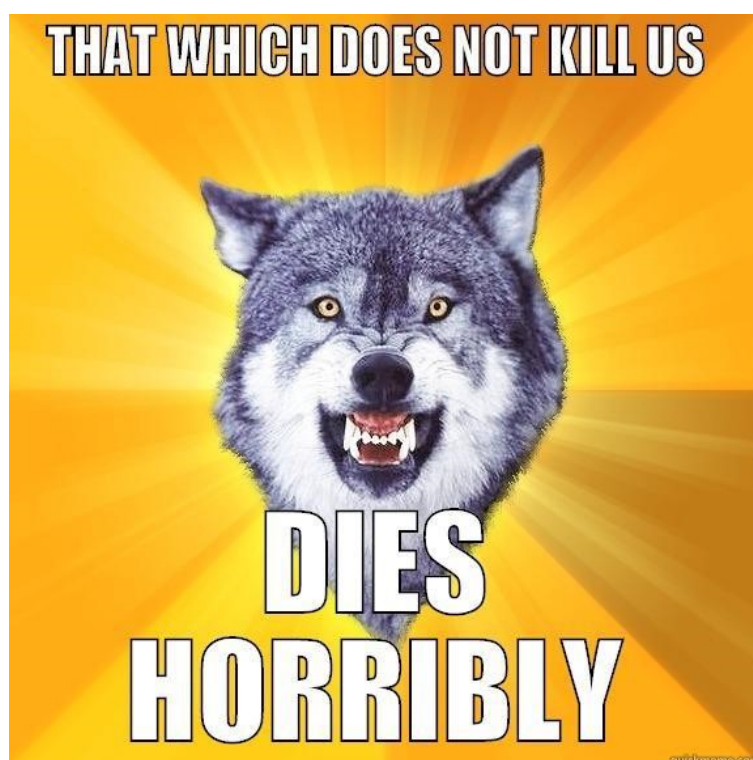


Рисунок 106



Рисунок 107

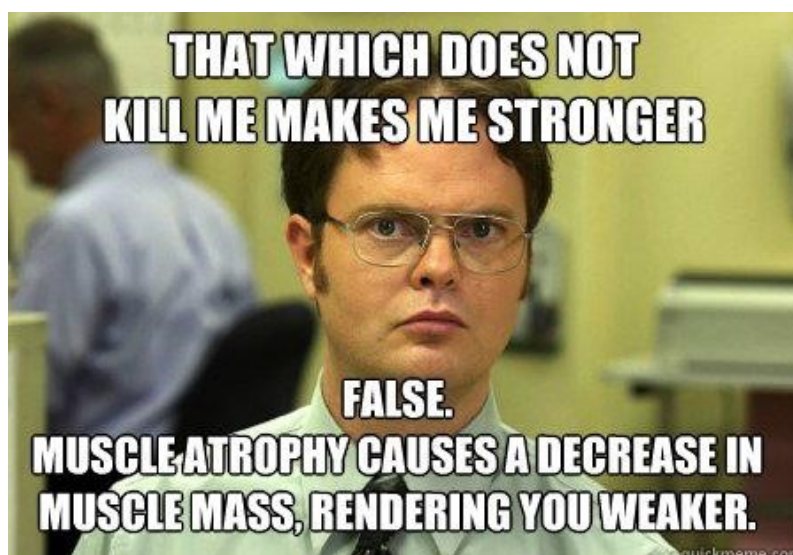


Рисунок 108

every cloud has a silver lining, but lightning kills hundreds of people each year who are trying to find it.

- unknown

Рисунок 109

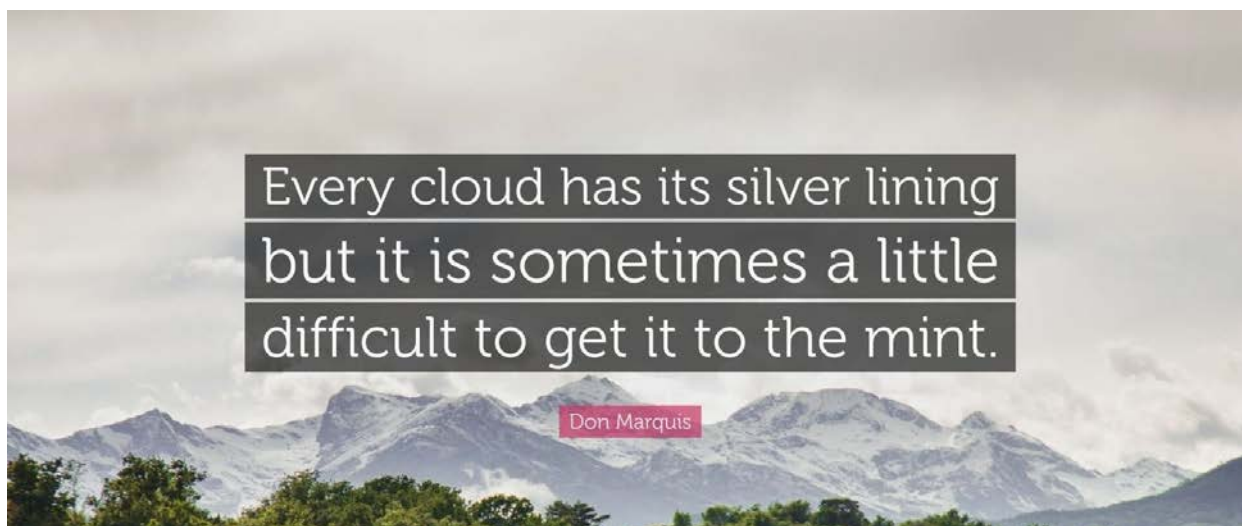


Рисунок 110



Рисунок 111

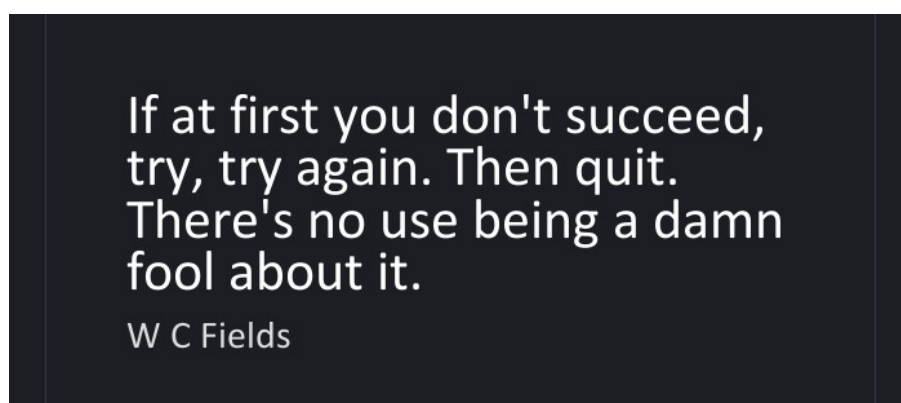


Рисунок 112

There is an old motto that runs, "If at first you don't succeed, try, try again." This is nonsense. It ought to read, "If at first you don't succeed, quit, quit at once."

Stephen Leacock

Рисунок 113

If at first you don't
succeed, try, try
again...are not words of
wisdom when it comes
to dating an ex, dumbass.



someecards
user card

Рисунок 114

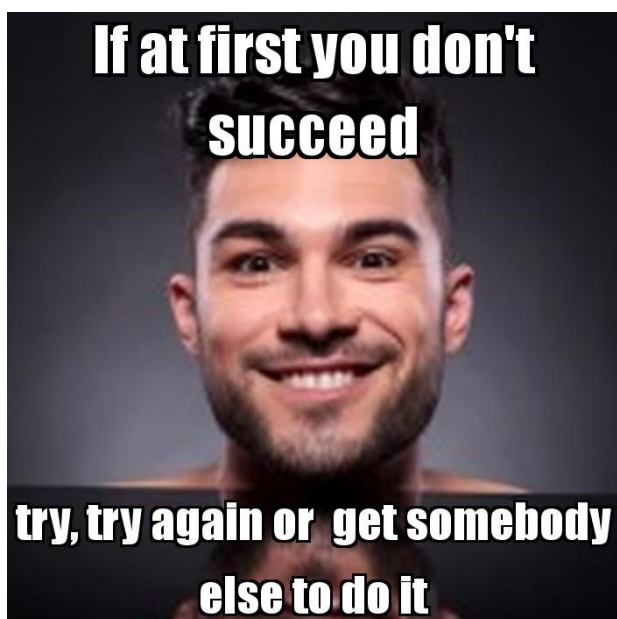


Рисунок 115

If at first you don't succeed try, try again. If you fail even after these attempts, perhaps your just stupid.

(Devin J. Monroe)

Рисунок 116



Рисунок 117



Рисунок 118



Рисунок 119

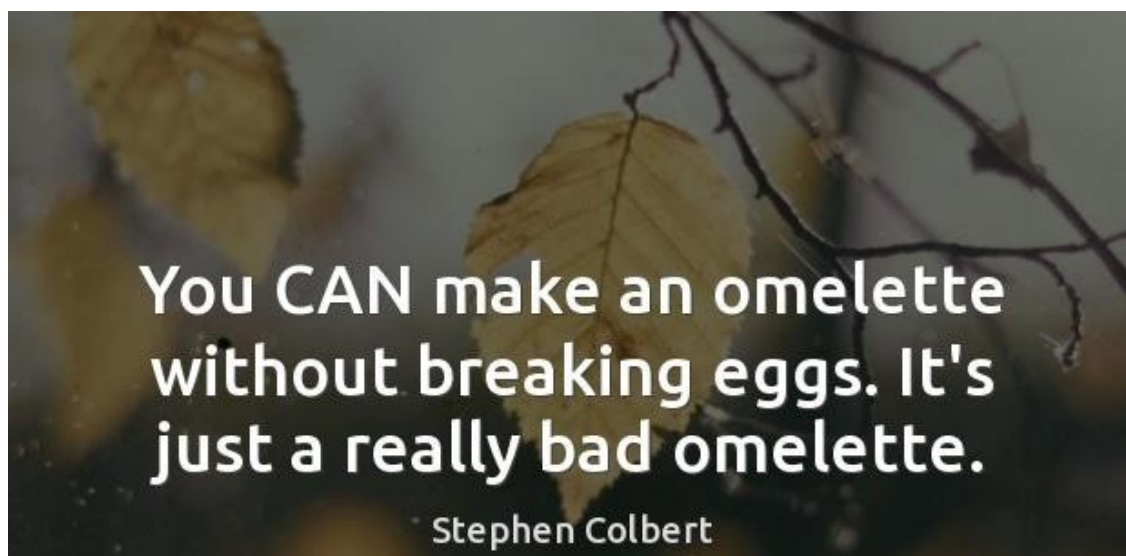


Рисунок 120

There's an old saying among scientific guys: "You can't make an omelet without breaking eggs, ideally by dropping a cement truck on them from a crane."

Dave Barry

Рисунок 121



Рисунок 122

Don't bite the hand
that feeds you.
There's barely any
meat on it. Go for
the thighs.

Рисунок 123

D

DON'T BITE THE HAND
THAT FEEDS YOU.
MOSTLY BECAUSE IT'S
YOUR OWN HAND AND
PEOPLE WILL WONDER
ABOUT THE TEETH
MARKS.

Рисунок 124



Рисунок 125

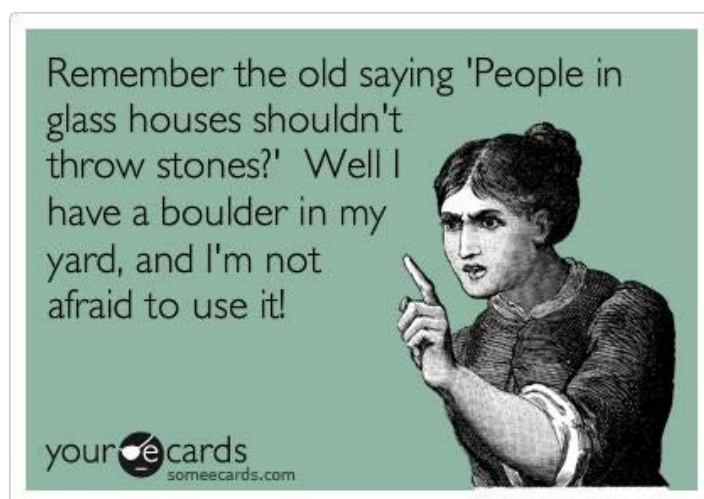


Рисунок 126



Рисунок 127

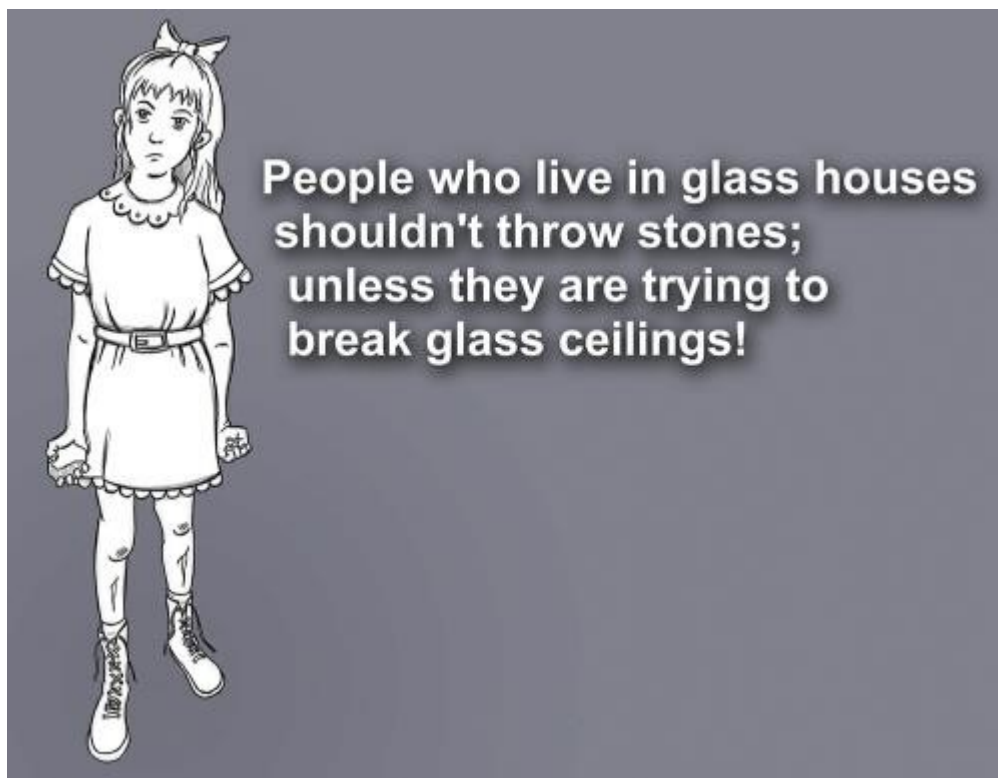


Рисунок 128



People who live in glass houses shouldn't throw stones. Unless, of course, they enjoy many broken windows.

(Mitch Hedberg)

Рисунок 129



"Another thing people who live in glass houses shouldn't do is to throw Health and Safety manuals."

Рисунок 130



Рисунок 131



Рисунок 132

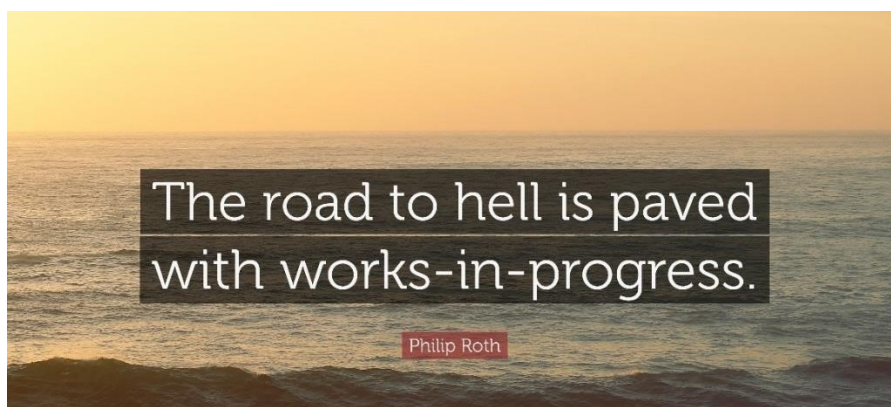


Рисунок 133

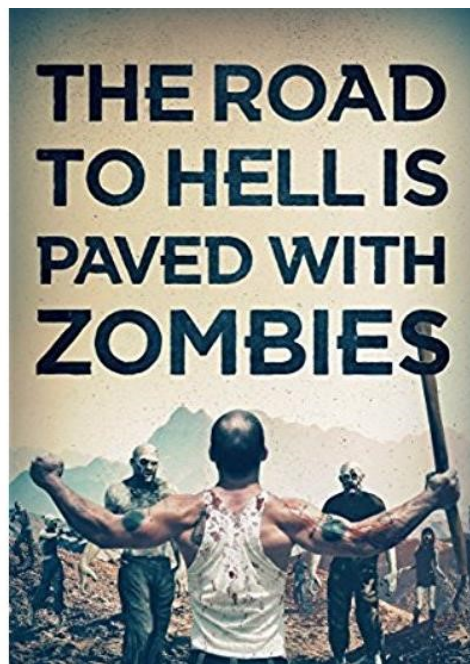


Рисунок 134

The road to Hell is paved
with unbought stuffed dogs.

Ernest Hemingway

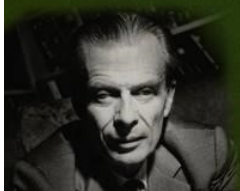
Рисунок 135

The road to hell is paved
with leeks and potatoes.

Julie Powell

Рисунок 136

**Hell isn't merely paved
with good intentions; it's
walled and roofed with
them. Yes, and furnished
too.**



Aldous Huxley
English Writer
(1894-1963)

QuoteHD.com

Рисунок 137



Рисунок 138

Don't judge a book by its movie.

- Anonymous

Рисунок 139

I NEVER JUDGE A
BOOK BY ITS COVER



UNLESS THAT BOOK
DRESSES LIKE A TOTAL
DOUCHEBAG

Рисунок 140

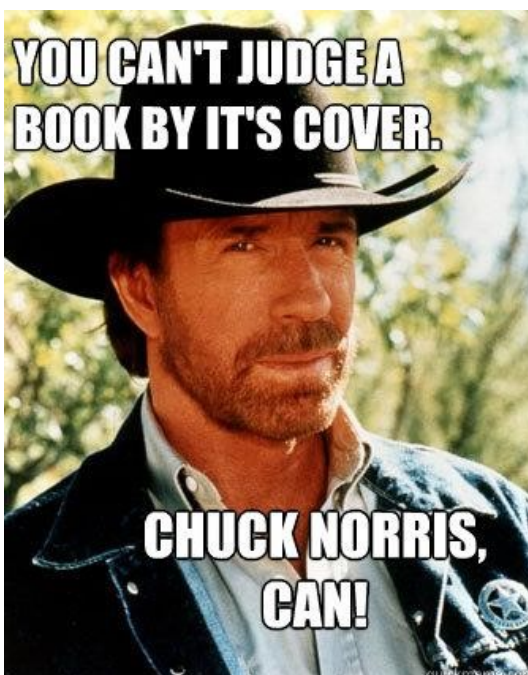


Рисунок 141



Рисунок 142



Рисунок 143



Рисунок 144

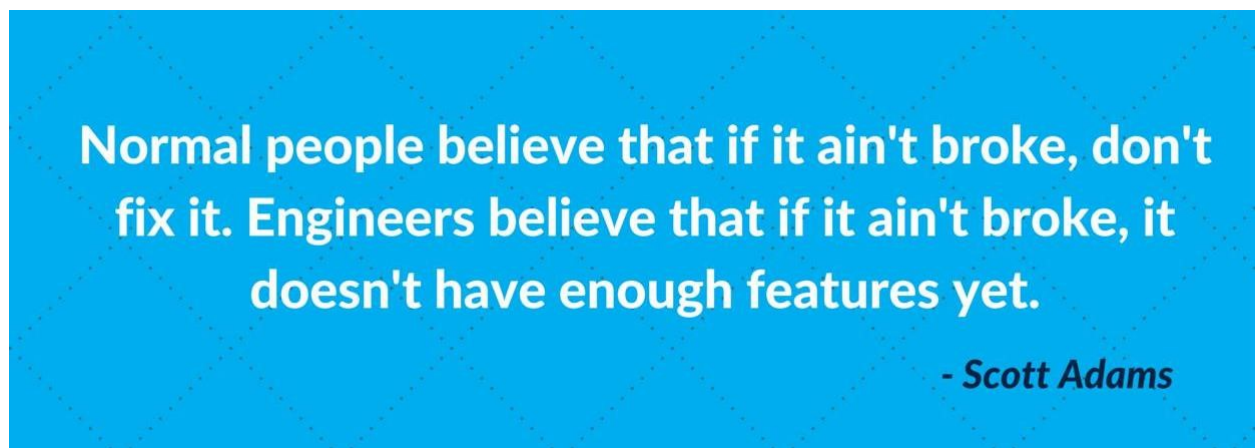


Рисунок 145



Рисунок 146

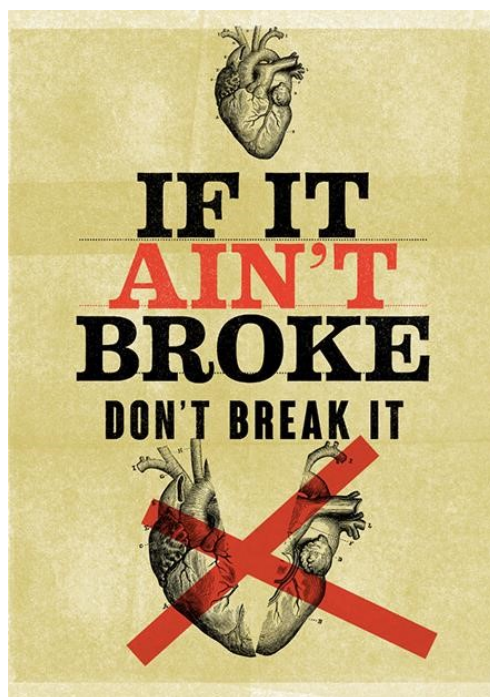
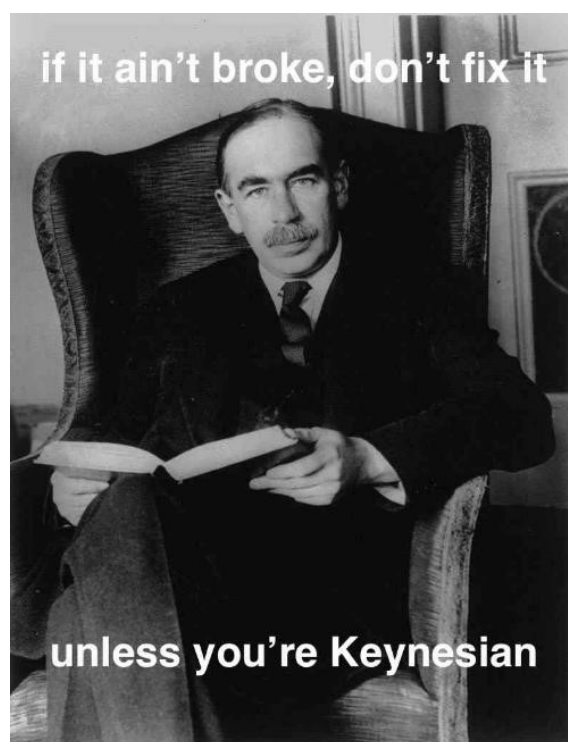


Рисунок 147



A shame he never had the
pleasure of meeting my
grandfather for this wisdom.

Рисунок 148

**If it ain't broke, don't fix
it' is the slogan of the
complacent, the
arrogant or the scared.
It's an excuse for
inaction, a call to non-
arms.**

QUOTEHD.COM

Colin Powell

Рисунок 149